

**TEKANAN *STAKEHOLDERS* DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN EMISI KARBON DENGAN
MEDIA EXPOSURE SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Empiris Perusahaan di Kawasan Industri Makassar)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Gelar Sarjana Akuntansi
Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Disusun Oleh:

NURUL AINI RIDWAN

NIM: 10800113174

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

2017

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Aini Ridwan

NIM : 10800113174

Tempat/Tgl. Lahir : Ujung Pandang, 25 Desember 1995

Jur/Prodi/Konsentrasi : Akuntansi

Fakultas/Program : Ekonomi & Bisnis Islam

Alamat : Jl. Abdullah Dg. Sirua II No. 15 Makassar

Judul : Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan
Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Dengan *Media
Exposure* Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris
Perusahaan di Kawasan Industri Makassar)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, November 2017
Penyusun,

NURUL AINI RIDWAN
NIM. 10800113174

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi berjudul **"Tekanan Stakeholders dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Dengan Media Exposure Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan di Kawasan Industri Makassar)"**, yang disusun oleh **Nurul Aini Ridwan**, NIM : **10800113174**, Mahasiswa jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 28 November 2017, bertepatan dengan 9 Rabi'ul-Awwal 1439 H, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Akuntansi.


Makassar, 28 November 2017
9 Rabi'ul-Awwal 1439 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.	(.....)
Sekretaris	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.	(.....)
Penguji I	: Sumarlin, SE., M.Ak.	(.....)
Penguji II	: Hj. Wahidah Abdullah, S.Ag., M.Ag	(.....)
Pembimbing I	: Jamaluddin M., SE., M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Puspita H. Anwar, SE., M.Si., Ak., CA., CPAI	(.....)

Diketahui Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
UIN Alauddin Makassar


Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
NIP. 19580221 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Assalaamu 'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh

Alhamdulillah Rabbil Alamiin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang senantiasa mencurahkan dan melimpahkan kasih sayang-Nya kepada hamba-Nya. Atas perkenaan-Nya jualah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Salawat dan salam “*Allahumma Sholli Ala Muhammad Waala Ali Muhammad*” kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, sebagai suri tauladan terbaik sepanjang zaman, sosok pemimpin yang paling berpengaruh sepanjang sejarah kepemimpinan, yang dengannya manusia mampu berhijrah dari satu masa yang tidak mengenal peradaban menuju kepada satu masa yang berperadaban.

Skripsi dengan judul **“Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Dengan *Media Exposure* Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan di Kawasan Industri Makassar)”** penulis hadirkan sebagai salah satu prasyarat untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Penulis menyadari adanya kekurangan yang tidak terlepas dari diri penulis, khususnya pada penyelesaian skripsi ini. Namun dengan keterbatasan dan kekurangan penulis akhirnya bisa menyelesaikan penelitian ini. Hal ini tidak terwujud dengan sendirinya melainkan berkat restu, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis menyampaikan terima kasih yang

sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang terdalam, penulis haturkan untuk kedua orang tua tercinta ayahanda Drs. Ridwan Bata dan ibunda Dra. Hasmawaty Husain atas setiap doa yang selalu dipanjatkan selama ini yang tak pernah terhitung harganya hingga penulis bisa menyelesaikan kuliah dengan baik, dan kepada kakak-kakak saya yang selalu memberikan dukungan selama ini. Entah kata apa lagi yang bisa saya ucapkan untuk dapat membalas jasa kalian yang sangat berharga kepada saya.

Melalui kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si selaku Rektor beserta Wakil Rektor I, II, III, dan IV Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, selaku Dekan beserta Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
3. Bapak Jamaluddin Majid, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar sekaligus Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan serta motivasi bagi penulis sampai selesainya skripsi ini.
4. Bapak Memen Suwandi, SE., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.

5. Bapak Dr. Muhammad Wahyudin Abdullah, S.E., M.Si., Ak selaku Penasehat Akademik (PA), terima kasih atas semangat dan bimbingannya bagi penulis selama ini dari semester satu hingga selesainya penulis dalam menempuh studi.
6. Ibu Puspita Hardianti Anwar, S.E.,M.Si.,Ak.,CA.,CPAI selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis, serta mendengarkan keluhan penulis mengenai kendala-kendala yang didapatkan selama penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
8. Segenap staf Jurusan, Pegawai Akademik dan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
9. Bapak dan Ibu pimpinan dan para karyawan perusahaan PT. KIMA (Persero), PT Varia Usaha Beton, Mars Symbioscience Indonesia, PT Charoen Pokphand Tbk dan PT Cargill Indonesia yang telah menerima saya dengan baik untuk melakukan penelitian di perusahaan yang Bapak dan Ibu pimpin.
10. Sahabatku tersayang Juliastuti Rahman, Haerani, Manikam Aprilani, Sari Fatimah Mus, Syahraeni, Fitra Rahayu (IKANG MAIRO SQUAD) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis serta mewarnai

hari-hari penulis selama kuliah di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.

11. Teman-teman KKN Reguler 55 Posko 18, Kel. Bontoparang Kec. Parangloe, Kab. Gowa. Terima kasih atas kebersamaan dan persaudaraan yang singkat namun penuh makna.
12. Teman-teman, kakanda dan adinda jurusan akuntansi angkatan 2013 yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu. Terima kasih atas motivasi, keakraban, dan persaudaraannya.
13. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah dengan ikhlas membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis selama ini. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan penulis guna menyempurnakan skripsi ini. Besar harapan bagi penulis bahwa skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak.

Wassalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakaatuh

Makassar, 03 November 2017

NURUL AINI RIDWAN
NIM. 10800113174

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1-19
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Pengembangan Hipotesis	7
D. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian	11
1. Definisi Operasional	11
2. Ruang Lingkup Penelitian	15
E. Penelitian Terdahulu	16
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian	17
1. Tujuan Penelitian	17
2. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN TEORETIS.....	20-23
A. Stakeholder Theory	20
B. Legitimacy Theory	21
C. Agenda Setting Theory	22
D. Continuous Improvement Concept.....	24
E. Pengungkapan Emisi Karbon	25
F. Tekanan Stakeholder	26
G. Karakteristik Perusahaan.....	29
H. Media Exposure	30
I. Kerangka Teoretis	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 33-42

A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian	33
2. Lokasi Penelitian.....	33
B. Pendekatan Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi	34
2. Sampel	34
D. Jenis dan Sumber Data.....	34
1. Jenis Data	34
2. Sumber Data	35
E. Metode Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Penelitian.....	35
G. Metode Analisis Data.....	36
1. Karakteristik Responden	36
2. Analisis Deskriptif	36
3. Uji Kualitas Data	37
4. Uji Asumsi Klasik.....	37
5. Uji Hipotesis	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 43-99

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
1. PT KIMA (Persero).....	43
2. PT Varia Usaha Beton.....	46
3. Mars Symbioscience Indonesia	48
4. PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	54
5. Cargill Indonesia.....	57
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Karakteristik Responden	61
2. Hasil Analisis Deskriptif	64
3. Hasil Uji Kualitas Data	71
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	74

5. Hasil Uji Hipotesis	80
C. Pembahasan	90
1. Pengaruh Tekanan Stakeholders Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.	91
2. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.	94
3. Pengaruh Media Exposure dalam Memoderasi Tekanan Stakeholders Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.	96
4. Pengaruh Media Exposure dalam Memoderasi Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.	97
BAB V PENUTUP	100-102
A. Kesimpulan	100
B. Keterbatasan.....	101
C. Implikasi Penelitian.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103-106
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4.1 : Data Distribusi Kuesioner.....	60
Tabel 4.2 : Tingkat Pengembalian Kuesioner	61
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	62
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	63
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.7 : Statistik Deskriptif Variabel	64
Tabel 4.8 : Ikhtisar Rentang Skala Variabel	66
Tabel 4.9 : Deskripsi Item Pernyataan Variabel Tekanan <i>Stakeholders</i>	67
Tabel 4.10 : Deskripsi Item Pernyataan Variabel <i>Media Exposure</i>	69
Tabel 4.11 : Deskripsi Item Pernyataan Variabel Pengungkapan Emisi Karbon..	70
Tabel 4.12 : Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.13 : Hasil Uji Realibilitas	73
Tabel 4.14 : Hasil Uji Normalitas – <i>One Sample Kolomogorov Smirnov</i>	75
Tabel 4.15 : Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.16 : Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser	79
Tabel 4.17 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (Regresi 1)	80
Tabel 4.18 : Hasil Uji F – Uji Simultan (Regresi 1)	81
Tabel 4.19 : Hasil Uji T – Uji Parsial (Regresi 1)	82
Tabel 4.20 : Kriteria Penentuan Variabel Moderating.....	85
Tabel 4.21 : Hasil Uji T (Tekanan <i>Stakeholders</i> dan <i>Media Exposure</i>)	86
Tabel 4.22 : Hasil Uji T (Karakteristik Perusahaan dan <i>Media Exposure</i>).....	86
Tabel 4.23 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (Regresi 2)	87
Tabel 4.24 : Hasil Uji F – Uji Simultan (Regresi 2)	87
Tabel 4.25 : Hasil Uji T – Uji Parsial (Regresi 2)	88
Tabel 4.26 : Hasil Pengujian Hipotesis	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Teoretis.....	32
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas – Grafik Histogram.....	76
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas – <i>Normal Probability Plot</i>	76
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heterokedastisitas – Grafik <i>Scatterplot</i>	78



ABSTRAK

Nama : Nurul Aini Ridwan
Nim : 10800113174
Judul : Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Dengan *Media Exposure* Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan di Kawasan Industri Makassar)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tekanan *stakeholders* (regulasi pemerintah, organisasi lingkungan, dan konsumen), dan karakter perusahaan terhadap luas pengungkapan emisi karbon perusahaan, mengetahui apakah *media exposure* memoderasi hubungan antara tekanan *stakeholders* dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan di Kawasan Industri Makassar (KIMA).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penyampelan menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh responden sebanyak 51 manajer yang berasal dari 5 perusahaan sampel. Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data primer yang dikumpulkan melalui survei kuesioner secara langsung. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis regresi moderasi dengan pendekatan nilai selisih mutlak. Analisis regresi linear berganda untuk hipotesis tekanan *stakeholders* dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Dan analisis regresi moderasi dengan pendekatan nilai selisih mutlak untuk hipotesis tekanan *stakeholders* dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan yang dimoderasi oleh *media exposure*.

Hasil penelitian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa tekanan *stakeholders* dan karakteristik perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Analisis variabel moderating dengan pendekatan nilai selisih mutlak menunjukkan bahwa *media exposure* mampu menguatkan pengaruh tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Namun tidak mampu memoderasi karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.

Kata kunci : Tekanan *Stakeholders*, Karakteristik Perusahaan, *Media Exposure*, Pengungkapan Emisi Karbon.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan akan melakukan kegiatan usaha tertentu untuk mencapai tujuannya. Asumsi *profit maximisation* menyatakan, tujuan tersebut umumnya merupakan insentif keuangan berupa *profit* karena hal tersebut merupakan hal terpenting. Sejalan dengan motif ekonomi yang menerangkan bahwa individu akan melakukan tindakan ekonomi jika hal tersebut memberi keuntungan ekonomi baginya. Dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu *profit*, perusahaan akan melibatkan banyak pihak. Pihak-pihak ini disebut juga sebagai para pemangku kepentingan (*stakeholders*), yaitu pihak yang memengaruhi atau akan dipengaruhi oleh keputusan dan strategi perusahaan (Clarkson, 1995). Kemampuan *stakeholders* dalam memengaruhi keputusan dan strategi perusahaan menjadikan perusahaan dalam segala tindakannya harus memperhatikan apa yang menjadi harapan dan keinginan *stakeholders*.

Dewasa ini, isu lingkungan menjadi komoditas global yang berkaitan dengan eksploitasi ekonomi, masyarakat dunia mulai peduli terhadap lingkungan mereka dan melakukan berbagai cara untuk memperbaiki kerusakan alam. Proses perubahan lingkungan telah terjadi dan akan terus berlangsung, yang saat ini telah mengakibatkan perubahan lingkungan baik secara kualitatif dan kuantitatif. Setiowati (2009) memberikan lima perbedaan perubahan lingkungan masa lalu dan masa kini, yaitu: 1) Perubahan lingkungan masa lalu berjalan sangat lambat; 2) Kerusakan lingkungan akhir-akhir ini bersifat global, melewati batas negara;

3) Kerusakan lingkungan masa kini telah menjangkau batas-batas generasi dan merugikan generasi mendatang; 4) Banyak kerusakan lingkungan sekarang bersifat tidak dapat dipulihkan kembali; dan 5) Masalah lingkungan tidak lagi terbatas masalah ekologi yang ditangani secara ilmiah belaka.

Adanya proses perubahan lingkungan tersebut ikut merubah pandangan para *stakeholder* terhadap kegiatan operasional perusahaan. Dahulu, para *stakeholder* memandang perusahaan hanya bertanggungjawab sebatas penyediaan barang dan jasa, lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Heard dan Bolce, 1981 dalam Setiowati, 2009). *Stakeholder* belum menyadari besarnya pengaruh kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan hidup di sekitarnya. Namun seiring berjalannya waktu, para *stakeholder* mulai menyadari bahwa kegiatan operasional perusahaan dalam mencapai laba yang maksimal memberikan dampak lingkungan, dan dampak lingkungan ini semakin lama dirasakan semakin besar dan semakin sulit untuk dikendalikan. Hal inilah yang menyebabkan tuntutan para *stakeholder* kepada perusahaan berubah drastis. Tuntutan ini semakin tinggi khususnya beberapa tahun belakangan ini karena semakin banyak kasus pencemaran atau perusakan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan, seperti kasus pembakaran hutan di Provinsi Riau pada tahun 2015 yang dilakukan oleh dua perusahaan perkebunan kelapa sawit yaitu PT Sontang Sawit Permai dan PT Wahana Sahid Subur Indah, yang menyebabkan bencana kabut asap, akibatnya 6.762 orang menderita infeksi saluran pernapasan akut (Rangkuti, 2016).

Setiowati (2009) menyatakan bahwa perhatian para *stakeholders* terhadap kinerja lingkungan perusahaan semakin meningkat, yang disebabkan oleh isu pemanasan global yang semakin populer. Haque dan Islam (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa sejak tahun 2009 isu yang menjadi perhatian *stakeholders* terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah isu perubahan iklim akibat pemanasan global oleh gas rumah kaca. Aktivitas ekonomi secara langsung maupun tidak telah menjadi faktor penyebab terjadinya pemanasan global, dengan perusahaan sebagai penyumbang terbesar gas rumah kaca (Ja'far dan Febri, 2015). Sehingga saat ini *stakeholders* menuntut masalah kerusakan lingkungan yang diakibatkan perusahaan harus menjadi tanggung jawab perusahaan, bukan tanggung jawab masyarakat (Setiowati, 2010).

Perubahan iklim menimbulkan resiko bagi perusahaan dan para *stakeholder*. Perusahaan dapat menghadapi resiko fisik sehubungan dengan perubahan iklim. Resiko ini termasuk karena semakin banyaknya badai, perubahan ketinggian permukaan laut, suhu udara yang tidak menentu, ketidakpastian ketersediaan air, tingkat kesejahteraan pekerja, dan kebutuhan untuk merelokasi tempat usaha. Resiko tersebut menimbulkan peningkatan beban dan faktor lain yang pastinya akan memengaruhi daya saing. Selain menimbulkan resiko peningkatan beban dan memengaruhi daya saing perusahaan, perubahan iklim berakibat pada semakin menurunnya kemampuan alam dalam menyediakan sumber daya bagi manusia yang mengancam keberlangsungan hidup generasi selanjutnya.

Perusahaan tidak seharusnya terlibat dalam setiap jenis kegiatan yang mungkin menghancurkan atau merusak lingkungan. Agama Islam selalu mendorong untuk menghargai alam. Bahkan, Allah SWT telah menunjuk keindahan alam sebagai salah satu dari tanda-tanda-Nya. Islam menekankan peran manusia atas lingkungan alam dengan membuatnya bertanggungjawab terhadap lingkungan sekelilingnya sebagai khalifah Allah SWT. sehingga dalam perannya sebagai khalifah, manusia diharapkan memelihara lingkungannya. Sebagaimana yang tergambar dalam QS. Fatir (35): 39 sebagai berikut:

هُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ فِي الْأَرْضِ ۖ فَمَنْ كَفَرَ فَعَلَيْهِ كُفْرُهُ ۖ وَلَا يَزِيدُ
الْكَافِرِينَ كُفْرُهُمْ إِلَّا مَقْتًا ۖ وَلَا يَزِيدُ الْكَافِرِينَ كُفْرُهُمْ إِلَّا خَسَارًا

Terjemahnya:

Dialah yang menjadikan kamu khalifah-khalifah di muka bumi. Barangsiapa yang kafir, maka (akibat) kekafirannya menimpa dirinya sendiri. Dan kekafiran orang-orang yang kafir itu tidak lain hanyalah akan menambah kemurkaan pada sisi Tuhannya dan kekafiran orang-orang yang kafir itu tidak lain hanyalah akan menambah kerugian mereka belaka. (Kementerian Agama RI, 2011).

Shihab (2010) menafsirkan ayat tersebut bahwa, Allah-lah yang menjadikan sebagian kalian mewarisi yang lain untuk membangun dan mengolah bumi. Dari itu Allah SWT. berhak mendapatkan rasa syukur, bukannya kekufuran. Rasa syukur tersebut dapat berupa pemeliharaan terhadap lingkungan. Lebih lanjut, Shihab (2010 : 236) menerangkan pencemaran (perusakan) lingkungan merupakan bentuk mempersekutukan Allah SWT dan mengabaikan tuntutan agama yang berdampak buruk terhadap diri mereka (kaum musyrikin), masyarakat dan lingkungan. Kondisi tersebut digambar oleh Allah SWT dalam QS. Ar-Rum (30): 41-42 sebagai berikut:

ظَهَرَ آلُ فَسَادٍ فِي آلِ بَرٍّ وَآلِ بَحْرٍ بِمَا كَسَبَتْ أَيُّدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ
 بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ٤١ فَانْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ
 قَبْلُ ۖ كَانَ أَكْثَرُهُمْ مُشْرِكِينَ ٤٢

Terjemahnya:

Telah Nampak kerusakan di darat dan di laut karena perbuatan tangan manusia sehingga akibatnya Allah mencicipkan kepada mereka sebagian dari perbuatannya, agar mereka kembali (ke jalan yang benar). Katakanlah: “Berjalanlah di muka bumi lalu perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang dahulu. Kebanyakan dari mereka adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah).” (Kementerian Agama RI, 2011)

Salah satu penyebab perubahan iklim di dunia adalah gas rumah kaca (GRK) yang dihasilkan dari aktivitas manusia. Upaya masyarakat internasional menghadapi fenomena perubahan iklim dimulai sejak ditandatanganinya *United Nation Framework Convention on Climate Change (UNFCCC)*. Menurut data dari kerjasama *Reduction Emissions from Deforestation and Forest Degradation (REDD)*, pada tahun 2005 Indonesia menyumbang emisi gas rumah kaca sebesar 2,05 giga ton dan emisi gas karbon Indonesia diprediksi akan menjadi 3 giga ton pada tahun 2020. Fakta ini menempatkan Indonesia sebagai salah satu dari sepuluh negara penyumbang emisi karbon terbesar di dunia (Kompas.com).

Indonesia telah membuat komitmen-komitmen untuk menurunkan emisi gas rumah kaca. Komitmen ini ditunjukkan dengan meratifikasi Protokol Kyoto melalui UU No. 17 Tahun 2004 dalam rangka melaksanakan pembangunan berkelanjutan dan ikut serta dalam upaya menurunkan emisi GRK global. Komitmen Indonesia untuk mengurangi emisi karbon juga dapat dilihat dari adanya Perpres No. 71 Tahun 2011 mengenai Penyelenggaraan Inventarisasi Gas

Rumah Kaca Nasional dan Perpres No. 61 Tahun 2011 mengenai Rencana Aksi Nasional Penurunan Emisi Gas Rumah Kaca (RAN-GRK). Pada pasal 4 Perpres No. 61 Tahun 2011, disebutkan bahwa pelaku usaha juga ikut andil dalam upaya penurunan emisi GRK. Upaya pengurangan emisi GRK (termasuk emisi karbon) yang dilakukan oleh perusahaan sebagai pelaku usaha dapat diketahui dari pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*) (Linggasari, 2015).

Pengungkapan emisi karbon di Indonesia masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*), sehingga tidak semua perusahaan mengungkapkan informasi tersebut pada laporannya. Hal ini menjadikan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan sukarela ini menjadi menarik. Namun, penelitian mengenai emisi karbon pada perusahaan di Indonesia masih terbatas. Penelitian terdahulu didominasi pada faktor yang memengaruhi pengungkapan sosial lingkungan atau pengungkapan *social responsibility*, tidak spesifik terhadap pengungkapan emisi karbon (Majid dan Ghazali, 2015). Penelitian yang spesifik meneliti pengungkapan emisi karbon pun menemukan hasil yang beragam. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan emisi karbon (*carbon emission disclosure*) pada perusahaan di Kawasan Industri Makassar. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Haque dan Islam (2012) yang meneliti tentang tekanan *stakeholders* dibalik pengungkapan dan akuntabilitas perusahaan di Australia terkait perubahan iklim oleh gas rumah kaca.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Tekanan Stakeholders dan Karakteristik Perusahaan**

Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan dengan *Media Exposure* sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan di Kawasan Industri Makassar)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah tekanan *stakeholders* (regulasi pemerintah, organisasi lingkungan dan konsumen) berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan?
2. Apakah karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan?
3. Apakah *media exposure* mampu memoderasi hubungan tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan?
4. Apakah *media exposure* mampu memoderasi hubungan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan?

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Tekanan *Stakeholders* Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

a. Tekanan Regulasi Pemerintah

Menurut Coghill (1999) dalam Basuki dan Patrioty (2011) regulasi pemerintah dapat dipahami sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan perusahaan, sebab sebagai badan pembuat peraturan (*regulator body*)

pemerintah memiliki peran signifikan terhadap kebijakan yang dibuat oleh perusahaan terhadap lingkungan eksternalnya. Basuki dan Patrioty (2011) dan Prismadani (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa regulasi pemerintah berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sejalan dengan hal tersebut Haque dan Islam (2012) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa regulator (pemerintah) adalah aktor penting untuk menerapkan tekanan akuntabilitas perusahaan terkait dengan perubahan iklim.

b. Organisasi Lingkungan

Menurut Freeman (1984) dalam Basuki dan Patrioty (2011), organisasi lingkungan dewasa ini telah menjadi salah satu kekuatan kontrol sosial yang dapat mengawasi aktivitas perusahaan. Henriques dan Sadorsky (1999) juga merekomendasikan bahwa tekanan organisasi lingkungan memiliki pengaruh terhadap pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Haque dan Islam (2012) dalam penelitiannya juga menemukan hasil bahwa organisasi lingkungan merupakan aktor tidak kalah penting untuk menerapkan tekanan akuntabilitas perusahaan terkait dengan perubahan iklim.

c. Tekanan Konsumen

Harris (2006) dalam penelitiannya menemukan bahwa saat ini masyarakat menuntut produsen tidak hanya memperhatikan atribut pemasaran, seperti harga, kualitas, promosi dan ketersediaan, tetapi juga menuntut produsen peduli terhadap

lingkungan hidup. Tuntutan yang diminta konsumen kepada produsen adalah adanya kepedulian terhadap proses produksi dari suatu produk serta memperhatikan dampak sosial, kesehatan dan ekologis yang timbul dari produksi, distribusi, konsumsi, dan pembuangan suatu produk (Paramita dan Yasa, 2015).

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Tekanan *stakeholders* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.

2. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

Dalam penelitian Untari (2010) umur perusahaan dimasukkan sebagai salah satu karakteristik perusahaan yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada kondisi normal, perusahaan yang telah lama berdiri akan mempunyai pengelolaan informasi akuntansi lebih baik daripada perusahaan yang baru berdiri (Putri, 2013). Sehingga jika dikaitkan dengan pengungkapan emisi karbon, perusahaan yang lebih lama beroperasi akan cenderung mengungkapkan emisi karbon lebih banyak. Hal ini sejalan dengan penelitian Ghomi dan Leung (2013) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon. Majid (2015) dalam penelitiannya juga menemukan pengaruh positif umur perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon. Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis berikut:

H₂: Karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.

3. Pengaruh *Media Exposure* dalam Memoderasi Tekanan *Stakeholders* terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

Teori legitimasi secara luas menguji peran yang dimainkan oleh media berita pada peningkatan tekanan yang diakibatkan oleh tuntutan publik terhadap perusahaan (Jannah dan Muid, 2014). Media berperan penting dalam mengkomunikasikan suatu informasi kepada masyarakat (Majid, 2015). Sejalan dengan penelitian Dawkins dan Fraas (2011) menyatakan dinamika antara *stakeholders* dan pemberitaan media mempunyai dampak yang penting terhadap pengungkapan lingkungan secara sukarela. Begitupula dengan penelitian Jannah dan Muid (2014) dan Majid (2015) yang menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Media exposure* memoderasi pengaruh tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.

4. Pengaruh *Media Exposure* dalam Memoderasi Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

Media memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan suatu informasi kepada masyarakat. Informasi dalam perusahaan, seperti aktivitas perusahaan juga termasuk dalam informasi tersebut. Kewaspadaan terhadap dampak yang dihasilkan oleh berita dari media sangat diperlukan karena berkaitan dengan nilai dan reputasi perusahaan (Jannah dan Muid, 2014). Umur perusahaan dapat mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut yang digambarkan dalam kedewasaan perusahaan. Putri (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa

perusahaan yang besar cenderung melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih banyak karena perusahaan besar dianggap memiliki sumber daya yang cukup, selain itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak karena menghadapi tekanan politis yang lebih besar. Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Media exposure* memoderasi pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.

D. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Definisi Operasional

Definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Independen (X)
 - 1) Tekanan *Stakeholders* (X₁)
 - a) Tekanan Regulasi Pemerintah

Diba (2012) mengartikan regulasi pemerintah adalah segala peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur perusahaan. Sedangkan menurut Yuliani (2010) mengartikan regulasi pemerintah yaitu peraturan-peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dikeluarkan pemerintah dan menjadi aspek yang harus diperhatikan oleh perusahaan baik pusat maupun daerah. Variabel regulasi pemerintah dalam penelitian ini menggunakan kuesioner Basuki dan Patrioty (2011) dengan menggunakan skala likert (*likert scale*). Sugiyono (2010 : 134) menjelaskan bahwa skala likert

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini menggunakan lima angka penilaian yaitu : (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) netral, (4) tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju.

Variabel ini terdiri atas beberapa indikator (Basuki dan Patrioty, 2011), diantaranya:

- (1) Tanggapan terhadap peraturan pemerintah mengenai penurunan emisi gas rumah kaca.
- (2) Tanggapan terhadap peraturan pemerintah mengenai pengungkapan informasi emisi karbon perusahaan.
- (3) Dukungan terhadap program-program pemerintah.
- (4) Kepatuhan terhadap peraturan pemerintah.

b) Tekanan Organisasi Lingkungan

Basuki dan Patrioty (2011) mengartikan tekanan organisasi lingkungan dalam perusahaan merupakan perhatian perusahaan terhadap aktivitas organisasi lingkungan (LSM). Variabel tekanan organisasi lingkungan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner Basuki dan Patrioty (2011) dengan menggunakan skala likert (*likert scale*). Skala ini menggunakan lima angka penilaian yaitu : (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) ragu-ragu atau netral, (4) tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju. Variabel ini terdiri atas beberapa indikator (Basuki dan Patrioty, 2011), diantaranya:

- (1) Tanggapan terhadap organisasi lingkungan.
- (2) Dukungan terhadap aktivitas organisasi lingkungan.

- (3) Sikap perusahaan terhadap masukan dari organisasi lingkungan
- (4) Frekuensi perusahaan menerima audiensi organisasi lingkungan.

c) Tekanan Konsumen

Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Warjono (2009) mengartikan konsumen sebagai kelompok masyarakat yang akan mengkonsumsi hasil produksi dari perusahaan. Variabel tekanan konsumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner Basuki dan Patrioty (2011) dengan menggunakan skala likert (*likert scale*). Skala ini menggunakan lima angka penilaian yaitu : (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) ragu-ragu atau netral, (4) tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju. Variabel ini terdiri atas beberapa indikator (Basuki dan Patrioty, 2011), diantaranya:

- (1) Tanggapan terhadap masukan-masukan dari konsumen.
- (2) Dukungan terhadap kegiatan sosial-kemasyarakatan.
- (3) Pertanggungjawaban perusahaan kepada konsumen
- (4) Frekuensi aktivitas lingkungan yang dilakukan perusahaan ke konsumen.

2) Karakteristik Perusahaan (X₂)

Pada penelitian Untari (2010) dan Wibisono (2007), kematangan (umur) perusahaan dimasukkan sebagai salah satu karakteristik perusahaan yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab lingkungan. Nugroho (2012) mendefinisikan umur perusahaan merupakan awal perusahaan melakukan aktivitas operasional hingga dapat mempertahankan kelangsungan (*going concern*) perusahaan tersebut atau mempertahankan eksistensi dalam bisnis.

Sebuah perusahaan dapat dikatakan sukses apabila telah melewati 5-10 tahun. Sehingga dalam penelitian ini, umur perusahaan dinilai dari tahun perusahaan melakukan aktivitas operasionalnya.

b. Variabel Moderating (M)

Variabel moderating dalam penelitian ini adalah *media exposure*. Singarimbun dan Effendi (2011 : 111) mengartikan *media exposure* dengan sentuhan media. Paramadini (2009) mengartikan bahwa *media exposure* dalam perusahaan merupakan perhatian perusahaan terhadap pentingnya media massa mengetahui aktivitas perusahaan yang nantinya akan membentuk opini masyarakat. Variabel tekanan *media exposure* dalam penelitian menggunakan kuesioner (Basuki dan Patrioty, 2011) yang diukur dengan menggunakan skala likert (*likert scale*). Skala ini menggunakan lima angka penilaian yaitu : (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) ragu-ragu atau netral, (4) tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju.

Variabel ini terdiri atas beberapa indikator (Basuki dan Patrioty, 2011), diantaranya:

- 1) Tanggapan terhadap tekanan media massa atas aktifitas perusahaan.
- 2) Frekuensi penggunaan media massa sebagai media publikasi.

c. Variabel Dependen (Y)

Pengungkapan emisi karbon perusahaan merupakan persepsi manajemen tentang perlu atau tidaknya dilakukan pengungkapan emisi karbon atas aktivitas yang telah dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial

perusahaan kepada *stakeholders*. Variabel pengungkapan emisi karbon dalam penelitian ini menggunakan kuesioner Basuki dan Patrioty (2011) diukur dengan menggunakan skala likert (*likert scale*). Skala ini menggunakan lima angka penilaian yaitu : (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) ragu-ragu atau netral, (4) tidak setuju dan (5) sangat tidak setuju. Variabel ini terdiri atas beberapa indikator (Basuki dan Patrioty, 2011), diantaranya:

- 1) Aspek-aspek pengungkapan emisi karbon.
- 2) Faktor-faktor yang memengaruhi diungkapkannya informasi emisi karbon perusahaan.
- 3) Pengungkapan informasi emisi karbon yang transparan.
- 4) Pengungkapan informasi emisi karbon sebagai alat pertanggungjawaban.
- 5) Pengungkapan emisi karbon sebagai bentuk performa kinerja sosial dan lingkungan perusahaan.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh antara variabel independen yaitu, tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan dengan *media exposure* sebagai variabel moderating. Sasaran dalam penelitian ini adalah sejumlah manajer perusahaan di Kawasan Industri Makassar. Lokasi ini dipilih sebagai lokasi dalam penelitian karena perusahaan industri terkait dengan aktivitas yang berdampak langsung terhadap lingkungan (Jannah dan Muid, 2014). Selain itu lokasi ini dipilih sebagai lokasi dalam penelitian karena daerah yang mudah dijangkau.

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
Basuki dan Corry Natasha Patrioty (2011)	Pengaruh Regulasi Pemerintah, Tekanan Masyarakat, Tekanan Organisasi Lingkungan, Tekanan Media Massa Terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i>	Kuantitatif	Regulasi Pemerintah, Tekanan Masyarakat, Tekanan Organisasi Lingkungan dan Tekanan Media Massa berpengaruh secara bersama-sama terhadap <i>Corporate Social Disclosure</i>
Shamima Haque dan Muhammad Azizul Islam (2012)	<i>Stakeholder Pressures and Climate Change Disclosure: Australian Evidence</i>	Kuantitatif	Lembaga Pemerintah, Institusi Investor, LSM Lingkungan, Media Akuntansi Profesional, Peneliti berpengaruh terhadap Pengungkapan Perubahan Iklim oleh gas rumah kaca
Zahra Borghei Ghomi dan Philomena Leung (2013)	<i>An Empirical Analysis of the Determinants of Greenhouse Gas Voluntary Disclosure in Australia</i>	Kuantitatif	Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap <i>Carbon Emission Disclosure</i> . Jenis Industri tidak berpengaruh terhadap <i>Carbon Emission Disclosure</i>

Richlatul Jannah dan Dul Muid (2014)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Carbon Emission Disclosure</i> pada Perusahaan di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012)	Kuantitatif	<i>Media Exposure</i> , jenis industri, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap luasnya pengungkapan emisi karbon
--------------------------------------	--	-------------	--

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

F. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

- Mengetahui pengaruh tekanan *stakeholder* (regulasi pemerintah, organisasi lingkungan dan konsumen) terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.
- Mengetahui pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.
- Mengetahui pengaruh *media exposure* terhadap hubungan antara tekanan *stakeholders* dan pengungkapan emisi karbon perusahaan.
- Mengetahui pengaruh *media* terhadap hubungan antara karakteristik perusahaan dan pengungkapan emisi karbon perusahaan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada perkembangan teori di Indonesia, khususnya tentang *Carbon Emission*

Disclosure, yaitu salah satu jenis pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) yang merupakan bagian dari *Triple Bottom Line Reporting* yang dicetuskan oleh John Elkington tahun 1994. Penelitian ini juga diharapkan menambah khasanah pengetahuan mengenai pengungkapan emisi karbon yang berkontribusi sebagai acuan dalam pengembangan metode *Carbon Accounting* untuk mengukur, menghitung, dan mencatat biaya karbon.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Investor dan Calon Investor

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu memberikan sumbangan pemikiran berupa pertimbangan dalam membuat keputusan investasi, mengingat pengungkapan informasi yang berkaitan dengan emisi karbon merupakan salah satu hal yang penting bagi *stakeholder*. Sehingga di masa mendatang investor dapat mempertimbangkan kriteria tanggung jawab lingkungan perusahaan ke dalam strategi berinvestasi, atau dapat disebut *green portfolio strategy*.

2) Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana serta referensi untuk dapat menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan dalam meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan, membantu memahami pengungkapan informasi yang berkaitan dengan emisi karbon (mengapa mereka perlu mengungkapkan hal tersebut) dan memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan emisi karbon.

3) Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan terkait kebijakan lingkungannya. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat melihat sampai sejauhmana tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder*, sehingga semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.



BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. *Stakeholder Theory*

Istilah *stakeholder* pertama kali diperkenalkan oleh *Standford Research Institute (RSI)* ditahun 1963 (Freeman, 1984 : 31), hingga Freeman mengembangkan eksposisi teoretis mengenai *stakeholder* ditahun 1984. Freeman mendefinisikan *stakeholder* sebagai "*any group or individual who can affect or be affected by the achievement of an organization's objective.*" Yang berarti bahwa *stakeholder* merupakan kelompok maupun individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi. Asumsi teori *stakeholder* dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memerhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham. (Ummah, 2013).

Warsono *et al.* (2009 : 36) mengungkapkan bahwa terdapat tiga argumen yang mendukung pengelolaan perusahaan berdasarkan prespektif teori *stakeholder*, yakni argumen deskriptif, argumen instrumental, dan argumen normatif.

1. Argumen deskriptif menyatakan bahwa pandangan pemangku kepentingan secara sederhana merupakan deskripsi yang realistis mengenai bagaimana perusahaan sebenarnya beroperasi atau bekerja. Manajer harus memberikan perhatian penuh pada kinerja keuangan perusahaan, akan

tetapi tugas manajemen lebih penting dari itu. Untuk dapat memperoleh hasil yang konsisten, manajer harus memberikan perhatian pada produksi produk-produk berkualitas tinggi dan inovatif bagi para pelanggan mereka, menarik dan mempertahankan karyawan-karyawan yang berkualitas tinggi, serta mentaati semua regulasi pemerintah yang cukup kompleks. Secara praktis, manajer mengarahkan energi mereka terhadap seluruh pemangku kepentingan, tidak hanya terhadap pemilik saja.

2. Argumen instrumental menyatakan bahwa manajemen terhadap pemangku kepentingan dinilai sebagai suatu strategi perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang mempertimbangkan hak dan memberi perhatian pada berbagai kelompok pemangku kepentingannya akan menghasilkan kinerja yang lebih baik.
3. Argumen normatif menyatakan bahwa manajemen terhadap pemangku kepentingan merupakan hal yang benar untuk dilakukan. Perusahaan mempunyai penguasaan dan kendali yang cukup besar terhadap banyak sumber daya, dan hak istimewa ini menyebabkan adanya kewajiban perusahaan terhadap semua pihak yang mendapat efek dari tindakan-tindakan perusahaan.

B. *Legitimacy Theory*

Menurut Pellegrino dan Lhodia (2012) dalam Jannah dan Muid (2014), teori legitimasi telah secara ekstensif digunakan untuk menjelaskan motivasi pengungkapan lingkungan secara sukarela oleh organisasi. Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan mereka

beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha untuk memastikan bahwa aktivitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah. Oleh karena itu perusahaan melalui manajemennya berusaha memperoleh kesesuaian antara tindakan organisasi dan nilai di dalam masyarakat. Yang melandasi teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Ghozali dan Chariri, 2007 : 412).

Ghozali dan Chariri (2007 : 412) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial, bahwa semua organisasi memiliki kontrak sosial, baik yang eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhan organisasi tergantung pada apa yang dapat dikontribusikan oleh organisasi kepada masyarakat luas. Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Laporan aktivitas lingkungan perusahaan yang dituangkan dalam *sustainability report* dapat digunakan oleh perusahaan untuk membuktikan bahwa perusahaan telah menjalankan tanggung jawab lingkungan.

C. Agenda Setting Theory

Agenda setting theory pertama kali dikemukakan oleh Walter Lippman tahun 1965 pada konsep “*the world outside and the picture in our head*”. Yang menurutnya, fungsi media adalah pembentukan makna; bahwasanya interpretasi media massa terhadap berbagai peristiwa secara radikal dapat mengubah interpretasi orang tentang suatu realitas dan pola tindakan mereka. Kemudian pada

tahun 1972 Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw mengembangkan teori tersebut, yang menyatakan bahwa media massa memang memiliki kekuatan untuk memengaruhi bahkan membentuk pola pikir *audience* yang terkena terpaan informasinya (Badara, 2014 : 11). Lebih lanjut McCombs dan Shaw menyatakan bahwa “*we judge as important what the media judge as important*”. Yang berarti bahwa kita menilai sesuatu itu penting sebagaimana media menilai hal itu penting. Pernyataan tersebut menerangkan bahwa media massa mempunyai kemampuan untuk membuat masyarakat menilai sesuatu yang penting berdasarkan apa yang disampaikan media.

Media bukan memengaruhi pikiran masyarakat dengan memberitahu apa yang mereka pikirkan dan apa saja ide atau nilai yang mereka miliki, namun memberi tahu hal dan isu apa yang harus dipikirkan (McCombs dan Shaw, 1995 dalam Deegan, 2004). Informasi yang diangkat dalam media membuat masyarakat menganggap bahwa itu adalah hal penting dan layak untuk diperhatikan. McCombs dan Shaw sebagai pengusung teori agenda *setting* menyatakan bahwa agenda media lah yang memengaruhi terbentuknya agenda publik, dan dibuktikan dengan adanya korelasi yang kuat antara apa yang disampaikan media dan pengaruhnya pada pandangan publik. *Agenda-setting* memengaruhi agenda publik tidak dengan mengatakan “masalah ini penting” dalam sebuah cara yang terang-terangan, tetapi dengan memberikan banyak ruang dan waktu untuk masalah itu (Pratiwi, 2013).

D. *Continuous Improvement Concept*

Improvement berasal dari kata *improve* yang artinya meningkat, dimana pada dasarnya meningkat berarti berubah menjadi lebih baik. Sedangkan *continuous* berasal dari kata *continue* yang artinya terus-menerus. Jadi, *continuous improvement* adalah peningkatan dan perbaikan yang berkesinambungan (tiada henti) yang mengarah pada kemajuan yang lebih baik dan unggul. Pada dasarnya istilah *continuous improvement* mengacu pada konsep *Kaizen* di Jepang. *Kai* berarti perubahan dan *Zen* berarti baik (Parwati dan Sakti, 2012). Jadi, *Kaizen* adalah suatu istilah dalam bahasa Jepang yang dapat diartikan sebagai perbaikan terus-menerus atau perbaikan berkelanjutan. Konsep ini berkembang setelah perang dunia kedua untuk membantu dalam rekonstruksi industri Jepang (Hastuti dan Wijayanti, 2009).

Semangat *Kaizen* yang tinggi dalam perusahaan Jepang telah membuat mereka maju pesat dan unggul. *Kaizen* pada dasarnya merupakan suatu kesatuan yang komprehensif dan terintegrasi yang bertujuan untuk melaksanakan perbaikan secara terus-menerus (Parwati dan Sakti, 2012). Semangat *Kaizen* berlandaskan pada pandangan berikut (Gasperz, 2001 dalam Parwati dan Sakti, 2012):

1. Hari ini harus lebih baik daripada kemarin, dan hari esok harus lebih baik daripada hari ini.
2. Tidak boleh ada satu hari pun yang lewat tanpa perbaikan atau peningkatan.
3. Masalah yang timbul merupakan suatu kesempatan untuk melaksanakan perbaikan atau peningkatan.

4. Menghargai adanya perbaikan atau peningkatan meskipun kecil.
5. Perbaikan atau peningkatan tidak harus memerlukan investasi yang besar.

E. *Pengungkapan Emisi Karbon*

Emisi karbon adalah pelepasan karbon ke atmosfer, terkait gas rumah kaca yang khususnya CO₂ (gas terbesar yang dihasilkan oleh aktivitas manusia), yang terkait dengan proses produksi maupun penyediaan barang dan jasa (Linggarsari, 2015). Salah satu penyumbang emisi karbon terbesar adalah aktivitas operasional dari perusahaan, yang dimana perusahaan saat ini masih banyak menggunakan bahan bakar fosil sebagai sumber energinya (Ja'far dan Kartikasari, 2009). Perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim diharapkan mengungkapkan aktivitasnya yang berperan terhadap perubahan iklim salah satunya pengungkapan emisi karbon (*carbon emission disclosure*). Hal tersebut juga diuukti dengan berbagai peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah serta tuntutan dari berbagai *stakeholder* perusahaan.

Perusahaan dituntut untuk lebih terbuka terhadap informasi terkait segala aktivitas yang dilakukan perusahaan dan bentuk pertanggungjawabannya (Pratiwi, 2010). Oleh karena itu pengungkapan dituntut lebih dari sekedar pelaporan keuangan, tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan kuantitatif seperti pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Clarkson *et al.*, (2011) menyatakan bahwa pengungkapan lingkungan mencakup intensitas *Green House Gas (GHG) emission* atau gas rumah kaca dan penggunaan energi, *corporate governance*, dan strategi dalam kaitannya dengan perubahan iklim, kinerja terhadap target pengurangan emisi gas rumah kaca, resiko dan peluang

terkait dampak perubahan iklim. *Carbon Emission Disclosure* merupakan salah satu dari pengungkapan lingkungan yang merupakan bagian dari laporan tambahan yang telah dinyatakan dalam PSAK No. 1 (revisi 2009) paragraf dua belas yaitu:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar lingkup Standar Akuntansi Keuangan.”

F. Tekanan Stakeholder

Stakeholders adalah suatu kelompok atau individu yang memiliki kepentingan dan dapat memengaruhi jalannya operasional perusahaan atau yang menyangkut masalah kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan (Abdullah *et al.*, 2015). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Kasali dalam Wibisono (2007 : 90) membagi *stakeholder* sebagai berikut:

1. *Stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal

Stakeholder internal adalah *stakeholder* yang berada di dalam lingkungan organisasi. Misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*shareholder*). Sedangkan *stakeholder* eksternal adalah *stakeholder* yang berada di luar lingkungan organisasi, seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan,

masyarakat, pemerintah, pers, kelompok sosial, *responsible investor*, *licensing partner* dan lain-lain.

2. *Stakeholder* primer, sekunder, dan marjinal

Tidak semua elemen dalam *stakeholder* perlu diperhatikan. Perusahaan perlu menyusun skala prioritas. *Stakeholder* yang paling penting disebut *stakeholder* primer, *stakeholder* yang kurang penting disebut *stakeholder* sekunder dan yang biasa diabaikan disebut *stakeholder* marjinal. Urutan prioritas ini berbeda bagi setiap perusahaan meskipun produk atau jasanya sama. Urutan ini juga bisa berubah dari waktu ke waktu.

3. *Stakeholder* tradisional dan *stakeholder* masa depan

Karyawan dan konsumen dapat disebut sebagai *stakeholder* tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholder* masa depan adalah *stakeholder* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruhnya pada organisasi seperti mahasiswa, peneliti, dan konsumen potensial.

4. *Proponents*, *opponents*, dan *uncommitted*

Diantara *stakeholder* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan ada yang tidak peduli atau abai (*uncommitted*). Organisasi perlu mengenal *stakeholder* yang berbeda-beda ini agar dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.

5. *Silent majority* dan *vocal minority*

Dilihat dari aktivitas *stakeholder* dalam melakukan *complain* atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan pertentangan atau dukungannya secara *vocal* (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).

Terdapat beberapa alasan yang mendorong perusahaan perlu memerhatikan kepentingan *stakeholder* (Iryanie, 2009), yaitu:

- a. Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka.
- b. Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan.
- c. Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan.
- d. LSM dan pecinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan.

Sekarang ini perusahaan sudah tidak memandang bahwa *stakeholders* mereka hanya investor dan kreditur saja. Suatu perusahaan mempunyai tanggung jawab atau kewajiban untuk bersikap loyal dan jujur kepada masyarakat dan pemerintah (Suhardjanto dan Afnia, 2009). Kewajiban memiliki sifat kejujuran ini ditegaskan Allah dalam QS. An-Nisa' (4): 58, sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Terjemahnya:

Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepada kamu. Sungguh Allah Maha Mendengar, Maha Melihat. (Kementerian Agama RI, 2011)

Dalam tafsir al-Misbah, dikatakan bahwa sesungguhnya Allah memerintahkan kalian, wahai orang-orang yang beriman, untuk menyampaikan segala amanat Allah atau amanat orang lain kepada yang berhak secara adil. Darmawati (2014) menyatakan bahwa dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan itikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia). Amanah dalam perusahaan dapat dilakukan dengan pelaporan yang transparan kepada yang berhak (*stakeholders*).

Lebih lanjut, dalam model *stakeholder* Donaldson dan Preston (1995) dijelaskan bahwa pihak-pihak yang perlu diperhatikan oleh perusahaan tidak hanya orang-orang atau kelompok-kelompok yang dipengaruhi atau memengaruhi perusahaan dalam hal transaksi ekonomi, akan tetapi juga orang-orang atau kelompok-kelompok yang memengaruhi atau dipengaruhi oleh keputusan, kebijakan, dan operasi perusahaan secara tidak langsung. Oleh sebab itu, tekanan *stakeholder* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah regulasi pemerintah, organisasi lingkungan dan konsumen, yang keseluruhannya memiliki peran menciptakan keberlangsungan (*going concern*) perusahaan.

G. Karakteristik Perusahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), karakteristik dapat diartikan sebagai ciri-ciri khusus atau sifat khas yang sesuai dengan perwatakan

tertentu. Karakteristik perusahaan sendiri merupakan ciri-ciri khusus yang melekat pada perusahaan, menandai sebuah perusahaan, dan membedakannya dengan perusahaan lain. Pada penelitian Untari (2010) dan Wibisono (2007) kematangan (umur) perusahaan dimasukkan sebagai salah satu karakteristik perusahaan yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab lingkungan.

Ulum (2009 : 203) menyatakan, umur dalam suatu perusahaan adalah bagian dari dokumentasi yang menunjukkan tentang apa yang tengah dan yang akan diraih oleh perusahaan. Nugroho (2012) mendefinisikan umur perusahaan merupakan awal perusahaan melakukan aktivitas operasional hingga dapat mempertahankan kelangsungan (*going concern*) perusahaan tersebut atau mempertahankan eksistensi dalam dunia bisnis. Harry (2011) mengemukakan bahwa persero memiliki umur yang tidak terbatas, sesuai dengan asumsi kesinambungan usaha (*going concern*), artinya umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kesinambungan usahanya. Berdasarkan beberapa definisi yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa umur perusahaan adalah lamanya waktu hidup suatu perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis, mampu bersaing dalam dunia usaha dan mampu mempertahankan kesinambungan usahanya serta merupakan bagian dari dokumentasi yang menunjukkan tujuan dari perusahaan tersebut.

H. Media Exposure

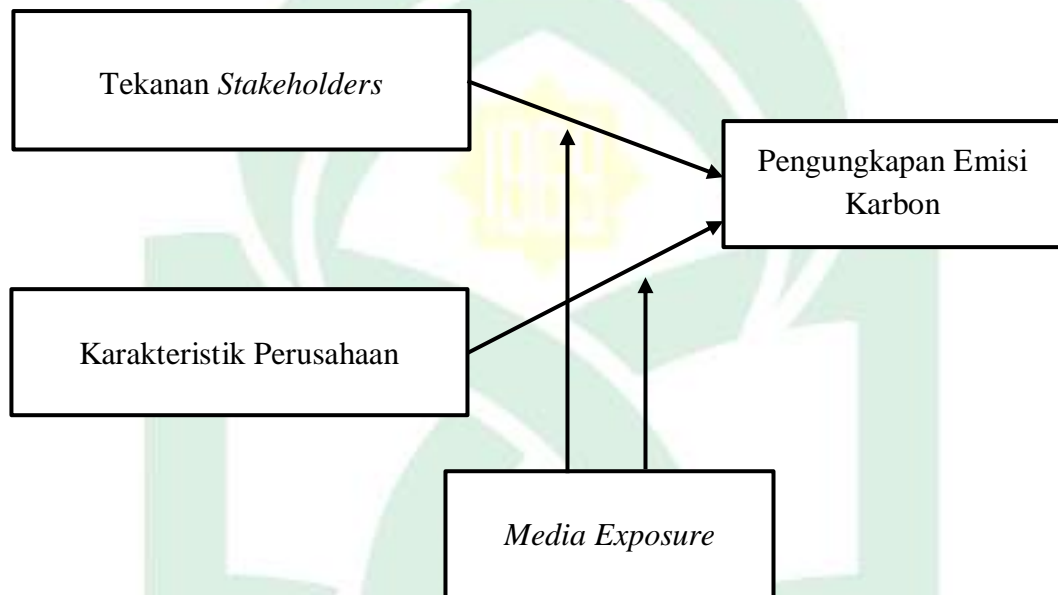
Singarimbun dan Effendi (2011 : 111) mengartikan *media exposure* dengan sentuhan media. Penentuan *media exposure* menurut Shore (1984) dalam

Rakhmat (2005 : 26) tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media (*media exposure*) merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok (Linggarsari, 2015). Menurut Carpenter (2001) dalam Dwakins Fraas (2011) menjelaskan bahwa peningkatan pemberitaan media terhadap kebijakan lingkungan dan iklim meningkatkan peran organisasi-organisasi non pemerintah seperti LSM yang selanjutnya menandakan adanya pergeseran terhadap opini publik.

Yang berarti pemberitaan media dapat memengaruhi sikap publik terhadap perusahaan yang selanjutnya dapat memengaruhi *stakeholder*. Hal tersebut memungkinkan bahwa peran pemberitaan media secara simultan menentukan strategi pengungkapan perusahaan. Berkaitan dengan isu perubahan iklim dan pengurangan emisi karbon, media juga mengambil peran dalam memantau aktivitas perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap perubahan iklim tersebut. Dengan adanya pemberitaan melalui media, *stakeholder* menjadi lebih cepat mengerti mengenai lingkungan sekitar dan mengambil sikap atas berita tersebut (Linggarsari, 2015).

I. *Kerangka Teoretis*

Gambar 2.1
Kerangka Teoretis



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan angka-angka dan dengan perhitungan statistik. Dimana penelitian kuantitatif menurut Kuncoro (2013 : 145) adalah penelitian yang jenis datanya dapat diukur dalam suatu skala numerik (angka). Karakteristik masalah yang diangkat adalah penelitian yang bersifat korelasi. Dimana penelitian ini berusaha untuk melihat adanya hubungan sebab-akibat (Kuncoro, 2013 : 12), menyelidiki akibat yang ditimbulkan oleh variabel bebas tekanan *stakeholder* dan karakteristik perusahaan terhadap variabel terikat pengungkapan emisi karbon, dengan *media exposure* sebagai pemoderasi.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan di Kawasan Industri Makassar (KIMA).

B. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yang merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Tipe penelitian ini umumnya berkaitan dengan opini (individu, kelompok atau organisasi), kejadian atau prosedur (Indriantoro dan Supomo, 2013 : 147).

C. *Populasi dan Sampel*

1. Populasi

Menurut Indrianto dan Supomo (2013 : 145) populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang ada di Kawasan Industri Makassar. Jumlah perusahaan yang ada di KIMA adalah 224 perusahaan.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, dimana sampel ditentukan dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan (Linggasari dan Chariri, 2015):

- a. Perusahaan di KIMA yang menyajikan terkait *sustainability report* tahun 2015 dan 2016.
- b. Perusahaan yang secara implisit maupun eksplisit mengungkapkan emisi karbon (mencakup minimal satu kebijakan yang terkait dengan emisi karbon/gas rumah kaca atau mengungkapkan minimal satu item pengungkapan emisi karbon).
- c. Perusahaan yang telah beroperasi selama 5-10 tahun.

D. *Jenis dan Sumber Data*

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data subjek. Menurut Indriantoro dan Supomo (2013 : 145) data subjek adalah jenis data

penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian (responden).

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Sugiyono (2010), data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber data berupa pencatatan data historis yaitu data laporan tahunan perusahaan periode 2015-2016. Dan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dan tidak melalui media perantara (Indriantoro dan Supomo, 2013 : 142). Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan yang akan dijawab langsung oleh subjek penelitian melalui kuisisioner.

E. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini fakta yang diungkapkan merupakan fakta aktual yaitu data yang diperoleh dari kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Untuk memperoleh data yang sebenarnya kuesioner dibagikan secara langsung kepada responden, yaitu dengan mendatangi tempat responden.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif tentang variabel yang sedang diteliti. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Untuk mengukur pendapat responden digunakan 5 skala *likert* dengan memberi skor dari jawaban kuesioner yang diisi responden.

G. Metode Analisis Data

Tujuan utama analisis data adalah menyediakan informasi untuk memecahkan masalah (Kuncoro, 2013 : 197). Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan komputer melalui program IBM SPSS 21 *for windows*.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden ini digunakan untuk memberikan gambar mengenai demografi responden penelitian dan deskripsi setiap pernyataan kuesioner. Data tersebut antara lain: jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan masa kerja.

2. Analisis Deskriptif

Pengukuran variabel menggunakan analisis deskriptif. Statistik deskriptif umumnya digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden. Ukuran yang digunakan dalam analisis deskriptif tergantung pada tipe skala *construct* yang digunakan dalam penelitian. Semua variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 5 poin dan cara penentuan rentang skala dengan rumus sebagai berikut:

$$C = \frac{X_n - X_1}{K}$$

Keterangan : C= Perkiraan besarnya kelas

K= Banyaknya kelas

X_n= Nilai observasi terbesar

X₁= Nilai observasi terkecil

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur kualitas kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian sehingga dapat dikatakan instrumen tersebut valid. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung positif dan r hitung $> r$ tabel maka butir pernyataan tersebut adalah valid.
- 2) Jika r hitung negative dan r hitung $< r$ tabel maka butir pernyataan tersebut adalah tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur indikator variabel atau konstruk dari suatu kuesioner. Suatu kuesioner reliable atau handal jika jawaban terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Pengujian realibilitas yang digunakan adalah *one shot* atau pengukuran sekali saja. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistic, *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan *Cronbach Alpha* $> 0,60$ atau lebih besar daripada 0,60.

4. Uji Asumsi Klasik

Setelah mendapatkan model regresi, maka interpretasi terhadap hasil yang diperoleh tidak bisa langsung dilakukan. Model regresi harus diuji terlebih dahulu

apakah sudah memenuhi asumsi klasik. Uji asumsi klasik mencakup hal sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam regresi terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji analisis grafik dan uji analisis statistik. Cara mudah untuk melihat normalitas residual dengan melihat normal *probability plot*, dimana:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/tidak mengikuti arah garis diagonal maka tidak menunjukkan pola distribusi normal (Ghozali, 2013)..

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji multikolinearitas dapat menyebabkan variabel-variabel independen menjelaskan varians yang sama dalam pengestimasi variabel dependen. Alat uji multikolinearitas menggunakan nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Infaltion Factor*).

- 1) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
- 2) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi gangguan multikolinearitas pada penelitian tersebut (Ghozali, 2013).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Ghozali, 2013).

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis terhadap pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel tergantung, baik secara parsial maupun simultan.

Rumus untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013) yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan Emisi Karbon

α = Konstanta

X₁ = Tekanan *Stakeholders*

X₂ = Karakteristik Perusahaan

β_1 - β_2 = Koefisien regresi berganda

e = *error term*

b. Analisis Regresi Moderasi dengan Pendekatan Nilai Selisih Mutlak

Frucot dan Shearon (1991) dalam Ghazali (2013 : 235) mengajukan model regresi yang agak berbeda untuk menguji pengaruh moderasi yaitu dengan nilai selisih mutlak dari variabel independen. Langkah uji nilai selisih mutlak dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 ZX_1 + \beta_2 ZX_2 + \beta_3 ZM + \beta_4 |ZX_1 - ZM| + \beta_5 |ZX_2 - ZM| + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan

ZX_1 = *Standardize Tekanan Stakeholders*

ZX_2 = *Standardize Karakteristik Perusahaan*

ZM = *Standardize Media Exposure*

$|ZX_1 - ZM|$ = Merupakan interaksi yang diukur dengan nilai absolut perbedaan antara ZX_1 dan ZM

$|ZX_2 - ZM|$ = Merupakan interaksi yang diukur dengan nilai absolut perbedaan antara ZX_2 dan ZM

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

e = *Error Term*

Uji hipotesis ini dilakukan melalui uji koefisien determinasi dan uji regresi secara parsial (t-test).

c. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika nilai R^2 bernilai besar (mendekati 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan jika R^2 bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- 1) Jika R^2 mendekati nol (0) berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak kuat.
- 2) Jika R^2 mendekati satu (1) berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

d. Uji Regresi Secara Simultan

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Menentukan kriteria uji hipotesis dapat diukur dengan melihat *Probabilitie Plot*. Berdasarkan nilai probabilitas dengan $\alpha = 0,05$. Jika probabilitas $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Jika probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis diterima.

e. Uji Regresi Secara Parsial

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Penetapan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak ada dua cara yang dapat dipilih yaitu:

- 1) Membandingkan t hitung dengan t tabel
 - a) Jika t hitung $> t$ tabel maka hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
 - b) Jika t hitung $< t$ tabel maka hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
- 2) Melihat *Probabilities Values*

Berdasarkan nilai probabilitas dengan $\alpha = 0,05$:

 - a) Jika probabilitas $> 0,05$, maka hipotesis ditolak
 - b) Jika probabilitas $< 0,05$, maka hipotesis diterima
 - c) Jika hasil penelitian tidak sesuai dengan arah hipotesis (positif atau negatif) walaupun berada di bawah tingkat signifikan, maka hipotesis ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Gambaran Umum Objek Penelitian*

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang ada di Kawasan Industri Makassar (KIMA) yang menyajikan *annual report* tahun 2015 dan 2016 yang secara implisit maupun eksplisit mengungkapkan emisi karbon dan telah beroperasi selama 5-10 tahun. Adapun perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. PT KIMA (Persero)

a. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Kawasan Industri Makassar (Persero) adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang merupakan Kawasan Industri yag pertama di Kawasan Timur Indonesia. PT Kawasan Industri Makassar (Persero) berlokasi di Kelurahan Daya dan Bira Kecamatan Biringkanaya, terbentang diatas areal seluas 203 Ha dan akan dikembangkan menjadi 703 Ha. Berada sekitar 15 Km dari pusat Kota Makassar yang sekaligus sebagai Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan. PT Kima (Persero) dapat ditempuh 20 menit dari Pelabuhan Laut Soekarno Hatta melalui jalu bebas hambatan (Tol) dan 20 menit dari Bandar Udara Hasanuddin yang menjadikan PT Kima (Persero) sangat strategis sebagai pusat pengembangan berbagai jenis industri di Kawasan Timur Indonesia.

Pada awal berdirinya, PT Kawasan Industri Makassar (Persero) semula bernama “Ujung Pandang Industri Estate (UPIE). Pembentukan UPIE ini dilakukan oleh Pemda Tingkat I Sulawesi Selatan beserta Kanwil Perindustrian

Provinsi Sulawesi Selatan dan JICA (*Japan International Cooperation Agency*) pada tahun 1975/1976. Pengembangan fisik kawasan tahap I (Sarana, Prasarana, dan Instansi Pengolahan Limbah) selesai pada tahun 1985 dan pada tahun itu pula dibentuk Badan Pengelola Sementara (BPS) Kawasan Industri berdasarkan SK Perindustrian RI No. 482/M/SK/12/1985.

Kemudian, pembentukan Badan Hukum Kawasan Industri Makassar selesai pada tahun 1988 dengan Akta Notaris No. 55 Tanggal 31 Maret 1998 jo. Perubahan Akta Notaris Ny. Asmara Noer, SH No. 22 Tanggal 16 Maret 1998 dengan pengesahan dari Menteri Kehakiman RI No. C2-7008HT01.04/1998 dengan nama “PT Kawasan Industri Makassar (Persero).

Kepemilikan saham PT Kawasan Industri Makassar (Persero) adalah 100% pemerintah dengan komposisi sebagai berikut

1) Negara Republik Indonesia	60%
2) Pemerintah Daerah Tingkat I Sulawesi Selatan	30%
3) Pemerintah Daerah Tingkat II Makassar	10%

b. Visi dan Misi Perusahaan

Dalam upaya peningkatan peran perusahaan dalam membangun ekonomi nasional, PT Kawasan Industri Makassar (Persero) telah bertekad untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan perusahaan, baik dari segi kualitas sumber daya manusia, manajemen, organisasi, dan sistem maupun aset yang dimiliki. Untuk tujuan tersebut telah disepakati visi perusahaan sebagai berikut: “Menjadikan perusahaan yang terkemuka dalam bidang bisnis kawasan industri modern di pasar global.”

PT Kawasan Industri Makassar (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara mengembangk misi: “Memberikan jasa pengelola kawasan industri modern dan jasa diverifikasi lainnya yang bermutu baik, berwawasan lingkungan kepada investor dengan harga bersaing berdasarkan profesionalisme dan sistem manajemen berstandar internasional.”

c. Nilai-nilai Perusahaan

Integritas, Transpara, Kebersamaan, Responsif, Profesional, *Costumer Focus*

d. Jenis dan Kegiatan Usaha

Bisnis utama PT Kawasan Industri Makassar (Persero) adalah Penjualan Lahan Industri dan Penyewaan Bangunan Pabrik Siap Pakai (BPSP). Lahan industri yang ditawarkan berupa kaveling dilengkapi dengan fasilitas drainase, saluran air bersih, dan saluran pembuangan air limbah industri sebagai wujud komitmen PT Kawasan Industri Makassar (Persero) dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Selain fasilitas sarana dan prasarana, kaveling yang ditawarkan memiliki status Hak Guna Bangunan (HGB) dengan jangka waktu 30 tahun dan dapat diperpanjang, tahap pertama 20 tahun dan tahap kedua 30 tahun. Seperti halnya kaveling industri, BPSP yang ditawarkan memiliki fasilitas yang memadai untuk industri. Dibangun dan ditawarkan dengan dua tipe, masing-masing terdiri dari 6 unit. Tipe A, luas 315 m² dan tipe B, luas 504 m².

Disamping pengembangan bisnis utama, PT Kawasan Industri Makassar (Persero) telah membuka usaha dalam bidang *Automotif Center* dan Penyediaan

Lapangan Kontainer, selanjutnya dalam waktu dekat PT Kawasan Industri Makassar (Persero) segera melakukan pengembangan usaha dengan membuka *Business Center*, Pergudangan, Perbankan, Sarana Rekreasi serta Pelayanan Konsultan, khususnya pertanian dan lingkungan hidup.

2. PT Varia Usaha Beton

a. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Varia Usaha Beton pada tahap awal merupakan unit usaha PT Semen Gresik (Persero) yang meliputi: (1) Unit Usaha Beton Siap Pakai (Remicon), (2) Unit Usaha Tegel & Beton Masonry, dan (3) Unit Usaha Pemecah Batu. Pada tahun 1989 PT Semen Gresik (Persero) menyerahkan unit usaha samping tersebut kepada salah satu anak perusahaan, PT Varia Usaha. Tahun 1991 PT Varia Usaha Beton memisahkan Unit Beton Siap Pakai dan Unit Tegel menjadi perusahaan yang berdiri sendiri, yaitu PT Varia Usaha Beton yang berdasarkan Akta Notaris Suyati Subadi, SH No.18/1991. Tahun 1992 PT Varia Usaha menyerahkan pengelolaan Unit Usaha Pemecah Batu Pandaan untuk dikelola oleh PT Varia Usaha Beton. Tahun 1994 perluasan usaha pertama Pabrik Beton Mansory di Ujung Pandang dan mulai mengadakan perluasan Pabrik Beton Siap Pakai di Semarang. Tahun 1997, perusahaan membuka unit usaha baru, yaitu unit usaha Beton Pracetak/Prategang yang meliputi Tiang Pancang, Girder, Beam, Slab, Sleeper, Tetrapod, dll di Gresik, Jawa Timur.

Pada tahun 2003 mengadakan perluasan Pabrik Beton Siap Pakai di Solo. Tahun 2007 mengadakan perluasan Pabrik Beton Siap Pakai di Mataram, Nusa Tenggara Barat. Tahun 2012, pengembangan usaha Beton Siap Pakai di Educity,

Surabaya. Pengembangan usaha Beton Masonry di Pandaan, Jawa Timur dan pengembangan usaha Bahan Galian di Mataram, Nusa Tenggara Barat. Tahun 2013, pengembangan Beton Siap Pakai di Ungaran dan Malang serta pengembangan usaha Bahan Galian di Batang dan Pamotan. Dan pada tahun 2014, pengembangan Beton Siap Pakai di Makassar, Jogjakarta, dan Jember. Pengembangan usaha Beton Masonry di Semarang serta pengembangan usaha Bahan galian di Pasrepan dan Boyolali.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT Varia Usaha Beton adalah “Menjadi perusahaan beton dan agregates pilihan utama pelanggan di pasar nasional terpilih.”

Misi PT Varia Usaha Beton adalah:

- 1) Memproduksi dan menjual beton dan agregates yang memenuhi persyaratan pelanggan (tepat mutu, tepat waktu dan tepat jumlah).
- 2) Menghasilkan laba yang mampu mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan dan kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan.
- 3) Menjalankan proses bisnis yang prima dengan didukung oleh karyawan yang profesional, sesuai dengan perundangan dan peraturan yang berlaku.

c. Jenis dan Kegiatan Usaha

Industri bahan bangunan berbasis semen dan Industri pertambangan bahan baku beton. Berbagai kegiatan usaha jasa juga dilaksanakan semata-mata untuk mendukung usaha pokok. Usaha jasa tersebut yaitu: (1) Pemompaan Beton, (2) Persewaan CarMix, (3) Pekerjaan Beton dan (3) Keagenan Bahan Bangunan. Dengan diversifikasi usaha ini perusahaan diharapkan menjadi “supermarket

building material” untuk produk-produk yang dihasilkan sendiri maupun yang diageni dari perusahaan lain.

3. Mars Symbioscience Indonesia

a. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Mars Symbioscience Indonesia adalah anak perusahaan besar Mars Incorporated. Mars Incorporated adalah perusahaan yang dibentuk oleh Frank C. Mars pada tahun 1911 di Tacoma, Washington DC, Amerika Serikat. Saat ini perusahaan besar ini berpusat di McLean, Virginia Amerika Serikat. Mars Incorporated adalah Perusahaan yang memproduksi produk makanan seperti coklat, minuman, permen, permen kunyah dan makanan hewan peliharaan. Frank C. Mars memulai menjual permen dengan istrinya Ethel V. Mars pada tahun 1911 tetapi bisnis yang dijalani tidak berjalan dengan baik hingga pada tahun 1920 Frank C. Mars mencoba kembali mendirikan bisnisnya. Dan pada tahun berikutnya bisnis yang dibentuk mengalami perkembangan besar hingga sekarang menjadi 10 perusahaan besar dunia.

Mars Incorporated memiliki reputasi yang cemerlang dengan pemasaran pasar yang sangat baik. Pada tahun 2007 Mars membeli Doane Petcare Company dan membuat posisi perusahaan Frank C. Mars menjadi penting di Pasar U.S khususnya pada bidang makanan hewan, tidak hanya itu Mars memperluas bisnis coklatnya tersebar di negara-negara bagian Amerika Serikat. Pada tahun 2008 Mars Incorporated bersama dengan Berkshire Hathway Incorporated mengumumkan untuk membeli Wrigley Jr. Company yaitu Perusahaan Permen Kunyah terbesar dengan produk bernama Doublemint. Mars incorporated

memiliki cabang perusahaan yang masing masing bergerak pada produksi makanan tertentu yaitu

- 1) *Mars Petcare* yang bekerja untuk memproduksi makanan hewan peliharaan, berpusat di Brussel, Belgium. *Mars Petcare* memberikan peran yang besar terhadap perkembangan Mars Incorporated khususnya di wilayah Amerika Serikat. *Mars Petcare* Memiliki 35.000 cabang perusahaan yang tersebar di 50 negara. Memiliki 41 *brand*. Produk yang terkenal di Indonesia adalah produk makanan hewan bernama Pedigree dan Whiskas
- 2) *Mars Food* bekerja untuk memproduksi makanan pokok yang sehat dan berkualitas, memiliki lebih dari 2.000 cabang dengan 11 pabrik di 28 negara. Produk yang telah terjual selama 70 tahun yaitu Uncle Ben's dan 12 produk lainnya.
- 3) *Mars Drinks* bekerja untuk memproduksi minuman dari buah-buahan. Memiliki lebih dari 650 cabang yang tersebar di 8 negara, berpusat di Chester Barat, Pennsylvania dan Inggris. Memiliki 5 produk minuman kemasan, produk yang terkenal di Indonesia adalah Dove Hot Chocolate Drinks.
- 4) *Mars Wrigley Jr. Company* bekerja untuk memproduksi permen termasuk permen kunyah berperisa mint. Memiliki 17.000 cabang dan perusahaannya telah tersebar di 50 negara dan produknya telah didistribusikan ke 180 negara di dunia dengan berpusat di Chicago, Illinois.

Produknya yang terkenal di Indonesia adalah Doublemint, Skittles dan Wrigley's Spearmint

- 5) *Mars Chocolate* bekerja untuk memproduksi coklat dan berhasil menjadi perusahaan coklat terbesar dunia. Memiliki 16.000 cabang dan tersebar pada 21 negara. Memiliki 29 Produk salah satunya adalah Dove, Galaxy, Milky Way, M&M's dan Snikers.
- 6) *Mars Symbioscience* berpusat di Germantown, Maryland. MSS memberikan ide bisnis yang inovatif untuk meningkatkan kualitas produk Mars Incorporated dengan memperkerjakan Peneliti dan para ahli dibidangnya. Memiliki 70 cabang diseluruh dunia termasuk Indonesia.

PT. Mars Symbioscience Indonesia berdiri sejak tahun 1996 sebagai perusahaan pertama yang membangun fasilitas penggilingan kakao di Sulawesi. PT Mars Symbioscience Indonesia telah banyak membantu pemerintah provinsi Sulawesi Selatan khususnya untuk mempromosikan kakao di pasar internasional.

b. Visi dan Misi Perusahaan

PT Mars Symbioscience Indonesia adalah perusahaan yang mengedepankan kesehatan dan ilmu pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi dan memfokuskan kerja perusahaan untuk menghasilkan produk hasil dari pengembangan dan pelestarian lingkungan. PT Mars Symbioscience memiliki visi dan misi untuk berperan sebagai inkubator untuk bisnis pertanian dan menampung ide-ide inovatif dari para penelitian para ahli di bidangnya dan membantu mencari solusi pada permasalahan sains untuk membentuk produk yang lebih berkualitas dan memberikan dampak positif bagi manusia, hewan peliharaan dan lingkungan.

c. Nilai-nilai Perusahaan

PT. Mars Symbioscience Indonesia memiliki 5 Pilar Prinsip perusahaan yaitu Kualitas, Tanggung Jawab, Kerja sama, Efisiensi, dan Kebebasan dengan penjelasan antara lain:

- 1) Kualitas. PT Mars Symbioscience Indonesia selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan distribusi produknya. Misalnya dengan menciptakan hubungan yang baik dengan petani dengan cara melakukan penyuluhan dari para ahli dengan teknik pertanian yang lebih baik kepada petani dan memberikan fasilitas berupa alat pertanian dan bibit unggul kepada petani. Dan melaksanakan program pembelian komoditi kakao bersertifikat demi peningkatan kesejahteraan petani dengan membeli dengan harga yang lebih tinggi dibanding komoditi yang tidak bersertifikat. Program sertifikasi komoditi kakao secara legal ini dilakukan oleh Rainforest Alliance, UTZ dan Fairtrade Internasional. Metode untuk meningkatkan kualitas dengan cara membeli Kakao yang bersertifikat dianggap efektif sekaligus dapat berfungsi dalam mengawasi akses langsung distribusi dari petani ke pabrik, meninjau langsung proses pengembangan kakao oleh petani dan melakukan investasi dengan memberikan modal dan alat-alat pertanian agar produksi kakao meningkat.
- 2) Tanggung Jawab. Perusahaan sekarang selalu di kaitkan dengan isu kerusakan lingkungan akibat limbah pabrik yang tidak di kelola dengan baik dibuang ke sumber air dan dapat mencemari air dan udara di sekitar pabrik. Tetapi dengan komitmen akan tanggung jawab PT. Mars

Symbioscience Indonesia menerapkan kebijakan yang tidak merugikan lingkungan, seperti tidak merusak hutan primer dan area konsevasi, melakukan program meminimalisir karbon yang dihasilkan dari proses produksi, tidak memperkerjakan pekerja anak-anak, tidak memaksa pekerja dengan memperhatikan jam kerja, mengawasi kesehatan dan keselamatan pekerja dan rutin melakukan penyuluhan dan pelatihan khusus, membantu menyelesaikan lahan yang bersengketa dengan jalur hukum yang berlaku dengan transparansi penuh, membantu petani sebagai pemilik lahan untuk mendapatkan hak yang seimbang.

- 3) Kerja sama. Dengan latar belakang pekerja di berbagai dunia dengan berbeda negara hal itu dijadikan sebagai pegangan kuat perusahaan Mars Incorporated untuk menambah pengalaman kerja dan komunikasi antar sesama pekerja perusahaan. Dengan menghormati segala perbedaan yang ada dengan menilai kinerja dan hasil kerja tanpa memandang usia, agama, jenis kelamin, etnis, dan kemampuan fisik. Dengan demikian meningkatkan kerjasama antar pekerja baik yang perempuan dan laki-laki, karena wanita sering tidak diberi jabatan yang tinggi pada perusahaan lain karena dianggap tidak mampu untuk bertanggung jawab dalam pekerjaannya tetapi pada Mars Incorporated wanita dianggap bisa memegang jabatan yang tinggi sekalipun dengan kinerja yang baik. Kerja sama yang baik dapat berlangsung dengan rutin mengadakan *Accelerated Leadership Program* (ALP) yaitu program pelatihan yang akan menunjukkan potensi dan talenta pekerja.

- 4) Efisiensi. Banyak Program yang dijalankan oleh PT Mars Symbioscience Indonesia yang mengadaptasi program besar dari Mars Incorporated yaitu:
- a) Memperkecil jumlah pemakaian minyak yang berasal dari fosil atau bahan minyak mentah yang tidak dapat di perbaharui. Karena kelangkaan minyak mentah yang terus melanda dunia sehingga dengan memperkecil jumlah pemakaian minyak akan lebih baik.
 - b) Memperkecil efek emisi gas yang berasal dari rumah kaca dengan menerapkannya pada perusahaan yaitu membiasakan mencabut kabel atau mematikan alat elektronik, membeli produk elektronik yang hemat energi, menggunakan kertas sehemat mungkin dengan memanfaatkan kertas bekas.
 - c) Mengirim sampah pembuangan hasil pabrik ke TPS (Tempat Pembuangan Sampah) agar tidak mencemari lingkungan sekitar dan menghindari pembuangan sampah pabrik di sungai atau sumber air.
 - d) Memperkecil pemakaian air dengan menggunakan mesin-mesin khusus.
 - e) Membentuk *Solar Garden* atau ladang yang menggunakan tenaga solar atau matahari untuk menjalankan mesin dan menghemat pemakaian listrik, air, serta minyak bumi. *Solar Garden* sudah diterapkan oleh Mars di Nevada, Mars New Jersey, dan Mars Guangzhou China.
- 5) Kebebasan. Dalam hal ini kebebasan berarti pemberian ruang gerak bagi para pekerja untuk melaksanakan tugasnya masing-masing dengan baik, dengan tidak memberi beban kepada pekerja dengan memperhatikan jam kerja serta memberikan fasilitas yang baik bagi para pekerja perusahaan.

Kebebasan disini memiliki arti bahwa pekerja diberikan jaminan akan bebas menentukan cara bekerja mereka masing-masing termasuk dengan mengajukan negosiasi dan perusahaan tidak membedakan pekerja satu sama lain demi kemajuan dan kepastian dari kepentingan-kepentingan perusahaan tetapi tetap memperhatikan aturan-aturan atau norma perusahaan yang telah dibentuk sesuai kesepakatan bersama.

Dengan kelima pilar prinsip dasar perusahaan, PT Mars Symbioscience Indonesia dikenal sebagai perusahaan yang selalu memperhatikan kesejahteraan pekerja dan turut melestarikan lingkungan dengan pengolahan limbah terpadu dan memperhatikan kesejahteraan petani serta melakukan kegiatan-kegiatan sosial pada masyarakat.

d. Jenis dan Kegiatan Usaha

Kehadiran Mars di Indonesia terdiri dari empat segmen bisnis: *Mars Symbioscience*, *Mars Chocolate*, *Mars Petcare*, dan *Mars Wrigley*.

4. PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk

a. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk (Persero) didirikan di Indonesia dengan nama PT Charoen Pokphand Indonesia Animal Feedmill Co. Limited, berdasarkan akta pendirian yang dimuat dalam Akta No. 6 tanggal 7 Januari 1972 yang dibuat dihadapan Drs. Gde Ngurah Rai, SH, Notaris di Jakarta, sebagaimana telah diubah dengan Akta No. 5 tanggal 7 Mei 1973 yang dibuat dihadapan notaris yang sama. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. YA-5/197/21

tanggal 8 Juni 1973 dan telah didaftarkan pada Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat di bawah No. 2289 tanggal 26 Juni 1973, serta telah diumumkan dalam Berita Negara No. 65 tanggal 14 Agustus 1973, Tambahan No. 573.

Akta yang memuat anggaran dasar perseroan tersebut telah diubah, terakhir dengan Akta Notaris Fathiah Helmi, SH No. 94 tanggal 19 Juni 2015. Akta tersebut telah diterima dan dicatat oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat No. AHU-AH.01.03-0949604 tanggal 8 Juli 2015. Berkantor pusat di Jalan Ancol Barat VIII No.1, Kelurahan Ancol Barat, Kecamatan Pademangan, Jakarta Utara. Sejak tanggal 18 Maret 1991, perusahaan telah mencatatkan seluruh sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Berdasarkan informasi terakhir daftar pemegang saham perusahaan, susunan pemegang saham perusahaan adalah sebagai berikut:

1) PT Cipta Pertiwi	55,34%
2) RBOC (Asia) Ltd, Singapura	13,83%
3) UBS AG, Singapura	7,35%
4) Masyarakat/Publik	
(masing-masing kepemilikan kurang dari 5%)	23,48%

b. Visi dan Misi Perusahaan

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk memiliki visi sebagai berikut:

- 1) Menjadi perusahaan yang tangguh dan terintegrasi dalam industri agribisnis.
- 2) Menjadi perusahaan tempat profesional mengembangkan diri dan berbakti bagi bangsa dan negara.

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk memiliki misi sebagai berikut:

- 1) Ikut serta mencerdaskan dan menyehatkan bangsa dengan menyediakan sumber gizi dan protein yang baik dan terjangkau.
- 2) Ikut serta mengembangkan industri agribisnis di Indonesia.
- 3) Ikut serta menyediakan lapangan kerja dan mengembangkan tenaga kerja yang terampil dan produktif.

c. Jenis dan Kegiatan Usaha

Berdasarkan anggaran dasar terakhir, kegiatan usaha Perseroan adalah:

- 1) Kegiatan usaha utama adalah:
 - a) Industri makanan ternak, pembibitan dan budidaya ayam ras serta pengolahannya, industri pengolahan makanan, pengawetan daging ayam dan sapi, termasuk unit-unit *cold storage*.
 - b) Menjual makanan ternak, makanan, daging ayam dan sapi, bahan-bahan asal hewan di wilayah Republik Indonesia, maupun ke luar negeri dengan sejauh diizinkan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 2) Kegiatan penunjang adalah:
 - a) Mengimpor dan menjual bahan-bahan baku farmasi.
 - b) Memproduksi dan menjual karung atau kemasan plastik, peralatan industri dari plastik, alat-alat peternakan dan alat-alat rumah tangga dari plastik sesuai dengan perizinan yang dimiliki dan tidak bertentangan dengan peraturan di bidang penanaman modal.

- c) Melakukan perdagangan besar pada umumnya, termasuk ekspor impor, perdagangan interinsular atau antar pulau atau antar daerah.
- d) Melakukan kegiatan pengangkutan barang-barang pada umumnya, baik pengangkutan darat, perairan, laut dan udara.
- e) Menjalankan usaha pergudangan dan pusat distribusi.

5. Cargill Indonesia

a. Sejarah Singkat Perusahaan

Tahun 1865-1940 merupakan tahun awal Cargill, dimulai pada tahun 1865 William Wallace (W.W.) Cargill menjadi pemilik sebuah gudang biji-bijian di Conover, Iowa, di ujung jalur Rel Gregor dan Western. Tahun 1870, bapak pendiri perusahaan W.W. Cargill membangun kantor pusat di Albert Lea, Minnesota, memanfaatkan ekspansi Rel Southern Minnesota. Tahun 1880 setelah memindahkan operasinya ke La Crosse, Wisconsin, pada 1875, W.W. Cargill mengembangkan bisnisnya sehingga tidak hanya menangani biji-bijian melainkan juga komoditas seperti batu bara, tepung, pakan, kayu, dan benih, serta berinvestasi dalam bentuk rel, tanah, irigasi air, dan ladang. Tahun 1885 W.W. Cargill dan kedua saudaranya memiliki atau mengelola lebih dari 100 gedung penyimpanan biji-bijian di seluruh Minnesota dan kedua Dakota, dengan kapasitas biji-bijian total lebih dari 1,6 juta gantang. Tahun 1912 setelah W.W. Cargill wafat pada 1909, John MacMillan, Sr., mengambil kepemimpinan perusahaan almarhum ayah mertuanya. Operasi perusahaan, yang kemudian berlokasi di Minneapolis, Minnesota, dikonsolidasi dengan nama baru: Cargill Elevator Company. Tahun 1923 Cargill mengakuisisi Taylor & Bournique Company,

sebuah perusahaan perdagangan biji-bijian yang memiliki banyak kantor di sepanjang Pesisir Timur dan sistem komunikasi kawat privat. Akuisisi teknologi baru ini memberi Cargill keunggulan kompetitif yang signifikan. Tahun 1930 Cargill menjadi korporasi dan mulai menggunakan namanya yang sekarang. Perusahaan mengarahkan pandangan ke ekspansi global, mendirikan kantor-kantor kecil di Winnipeg, Kanada; Rotterdam, Belanda; dan Buenos Aires, Argentina, yang kemudian tutup karena Perang Dunia II. Tahun 1945 setelah Perang Dunia II, perusahaan pun berdiversifikasi, menumbuhkan bisnis pakannya dengan mengakuisisi Nutrena Mills. Cargill juga membeli sebuah fasilitas pemrosesan makanan kedelai dan biji minyak. Dan pada tahun 1947 se usai perang, para eksekutif Cargill memilih untuk membuka kembali kantor-kantor Amerika Selatan mereka. Di Argentina, perusahaan meluncurkan bisnis benih hibridnya.

Tahun 1950-1980 merupakan ekspansi global Cargill. Tahun 1953 untuk menjalankan bisnis di Eropa, Cargill mendirikan perusahaan tersendiri dengan nama TRADAX. Untuk mencoba ekspansi serupa di pasar Asia, perusahaan mengakuisisi Kerr Gifford, dealer biji-bijian AS yang berbasis di Pesisir Pasifik. Tahun 1988 portofolio produk dan layanan Cargill berkembang secara signifikan. Bersama biji-bijian, pakan, benih, biji minyak, dan pengolahan jagung, bisnis perusahaan juga mencakup zat kimia, kakao, kopi, kapas, telur, pupuk, layanan keuangan, tepung, jus, malt, daging, sirup gula, kacang, minyak, tanah, babi, unggas, karet, garam, baja, kalkun, dan wol. Tahun 1990 hingga sekarang merupakan peluang baru Cargill. Cargill membuat sebuah Tujuan Strategis resmi

dan merevisi arsitektur perusahaannya, mereorganisasi divisi tradisionalnya menjadi 102 unit usaha yang berfokus pada pelanggan, inovasi, dan kinerja. Tahun 2003 untuk pertamakalinya dalam sejarah, pendapatn Cargill melebihi 1 miliar dolar AS. Tahun 2011 Cargill secara signifikan menubuhkan bisnis pakan ternak globalnya dengan mengakuisisi Provimi yang berbasis di Belanda. Dan tahun 2015 Cargill merayakan 150 tahun upayanya untuk membantu orang dan organisasi berkembang.

Di Indonesia, Cargill memulai bisnis pakan ternak pada tahun 1974 dengan mendirikan pabrik pakan kecil di Bogor, Jawa Barat. Selama sekian tahun bisnis Cargill tumbuh pesat, dan Cargill sekarang melayani beratus-ratus peternak unggas, daging babi, dan budidaya ikan. Cargill memproduksi lebih dari 100 macam produk pakan yang bermutu tinggi di enam pabrik pakan yang Cargill miliki dan operasikan. Ini semua berlokasi di: (1) Deli Serdang, Sumatera Utara, (2) Balaraja, Banten, (3) Gunung Putri, Jawa Barat, (4) Semarang, Jawa Tengah, (5) Pasuruan, Jawa Timur dan (6) Makassar, Sulawesi Selatan. Selama bertahun-tahun Cargill menikmati pertumbuhan yang substansial, dan saat ini Cargill memperkerjakan lebih dari 19.000 karyawan. Berkantor pusat di Jakarta, Cargill memiliki sejumlah kantor, pabrik dan fasilitas di seluruh Indonesia.

b. Jenis dan Kegiatan Usaha

Ekspansi Cargill meliputi pengumpulan, pemrosesan, penanganan, pengiriman, dan pemasaran beragam produk pertanian, makanan dan energi serta jasa terkait termasuk: (1) Pakan Ternak, (2) Kakao, (3) Biji-bijian dan Minyak nabati, (3) Minyak Kelapa Sawit dan (4)Gula.

c. Nilai-nilai Perusahaan

Cargill adalah “warga korporasi” Indonesia yang bertanggung jawab, dan membantu menjawab beragam tantangan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Cargill memfokuskan diri pada pelaksanaan program-program terutama di daerah pedesaan yang:

1. Mendorong pembangunan yang bertanggungjawab dan berkesinambungan,
2. Membantu melindungi lingkungan, dan
3. Mengembangkan masyarakat dan potensi yang ada di masyarakat setempat.

B. Hasil Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden, responden dalam penelitian ini yaitu seluruh manajemen tingkat atas atau manajer puncak dan seluruh manajemen tingkat menengah atau manajer madya (kepala divisi, kepala bagian atau kepala unit) di setiap perusahaan yang diteliti. Penelitian ini berlangsung selama 32 hari, yaitu dari tanggal 15 Agustus 2017 - 15 September 2017. Perusahaan yang telah diberi kuesioner sebanyak lima perusahaan dengan pembagian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Distribusi Kuesioner

No.	Nama Perusahaan	Kuesioner Disebarkan	Kuesioner Dikembalikan
1	PT Kima Persero	9	9
2	PT Varia Usaha Beton	2	2
3	Mars Indonesia	13	13
4	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	14	14
5	Cargill Indonesia	15	13
Jumlah		53	51

Adapun sampel yang berhasil terkumpul dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2
Tingkat Pengembalian Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
1	Kuesioner yang disebar	53	100%
2	Kuesioner yang tidak kembali	2	4%
3	Kuesioner yang cacat	0	0%
4	Kuesioner yang dapat diolah	51	96%
n sampel = 51			
Responden Rate = $(51/53) \times 100\% = 96\%$			

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa kuesioner yang disebar berjumlah 53 kuesioner dan jumlah kuesioner yang dapat diolah adalah sebanyak 51 kuesioner dimana tingkat pengembalian yang diperoleh sebesar 96% dari total yang disebar. Sedangkan kuesioner yang tidak kembali sebanyak 2 kuesioner atau tingkat yang diperoleh sebesar 4%. Dari kuesioner yang tidak kembali disebabkan karena kesibukan responden sebagai manajer.

1. Karakteristik Responden

Terdapat empat karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan lama bekerja. Karakteristik responden tersebut akan dijelaskan lebih lanjut pada tabel mengenai data responden sebagai berikut:

a. Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	26-31 Tahun	2	4%
2	32-37 Tahun	18	35%
3	38-43 Tahun	25	49%
4	44-49 Tahun	6	12%
5	>50 Tahun	0	0%
Jumlah		51	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang berumur 26-31 tahun sebanyak 2 responden atau sebesar 4%, responden yang berumur antara 32-37 tahun sebanyak 18 responden atau sebesar 35%, responden yang berumur antara 38-43 tahun sebanyak 25 responden atau sebesar 49%, dan responden yang berumur antara 44-49 tahun sebanyak 6 responden atau sebesar 12%. Sedangkan responden yang berumur diatas 50 tahun tidak terdapat dalam penelitian ini.

b. Tingkat Pendidikan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMA	0	0%
2	S1	42	82%
3	S2	9	18%
4	S3	0	0%
Jumlah		51	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 51 responden dalam penelitian ini sebagian besar telah menempuh pendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 42 responden atau sebesar 82%, dan 9 responden atau sebesar 18% dengan pendidikan terakhir S2. Sedangkan responden dengan pendidikan terakhir

SMA dan S3 tidak terdapat dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah responden dengan pendidikan terakhir S1.

c. Masa Kerja

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja

No	Lama Bekerja	Jumlah	Persentase
1	2-5 Tahun	0	0
2	6-10 Tahun	20	39%
3	>10 Tahun	31	61%
Jumlah		51	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 51 responden, 61% atau sebanyak 31 responden telah bekerja lebih dari 10 tahun, dan sisanya 39% atau sebanyak 20 responden telah bekerja selama 6-10 tahun. Sedangkan responden yang bekerja selama 2-5 tahun tidak terdapat dalam penelitian ini.

d. Jenis Kelamin

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	42	82%
2	Perempuan	9	18%
Jumlah		51	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 51 responden, 42 diantaranya adalah responden berjenis kelamin laki-laki dengan angka persentase 82% dan 9 diantaranya responden berjenis kelamin perempuan dengan angka persentase 18%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah laki-laki.

2. Hasil Analisis Deskriptif

a. Analisis Deskriptif Variabel

Deskripsi variabel dari 51 responden dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Statistik Deskriptif Variabel
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tekanan Stakeholders	51	80,00	108,00	91,7647	8,37040
Karakteristik Perusahaan	51	1,00	1,00	1,0000	,00000
Media Exposure	51	12,00	20,00	15,3137	2,32801
Pengungkapan Emisi Karbon	51	26,00	38,00	31,2745	3,00718
Valid N (listwise)	51				

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Tabel 4.7 menunjukkan statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif, nilai minimum tekanan *stakeholders* menunjukkan bahwa segala peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur perusahaan, perhatian perusahaan terhadap aktivitas organisasi lingkungan, dan tekanan semua individu dan rumah tangga yang membeli/memperoleh barang/jasa untuk dikonsumsi pribadi, paling rendah sebesar 80. Sedangkan nilai maksimum tekanan *stakeholders* menunjukkan bahwa segala peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur perusahaan, perhatian perusahaan terhadap aktivitas organisasi lingkungan, dan tekanan semua individu dan rumah tangga yang membeli/memperoleh barang/jasa untuk dikonsumsi pribadi, paling tinggi sebesar 108. Secara keseluruhan, tekanan *stakeholders* dalam penelitian ini memiliki nilai

rata-rata sebesar 91,76. Untuk variabel karakteristik perusahaan, nilai minimum karakteristik perusahaan menunjukkan bahwa umur perusahaan paling rendah sebesar 1. Sedangkan nilai maksimum menunjukkan umur perusahaan paling tinggi sebesar 1. Dimana nilai 1 mewakili perusahaan yang telah berumur 5-10 tahun. Secara keseluruhan, karakteristik perusahaan dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 1.

Untuk variabel *media exposure*, nilai minimum *media exposure* menunjukkan bahwa perhatian perusahaan terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh media baik dari kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, paling rendah sebesar 12. Sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa perhatian perusahaan terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh media baik dari kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut paling tinggi sebesar 20. Secara keseluruhan, *media exposure* dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 15,31. Dan untuk variabel pengungkapan emisi karbon, nilai minimum pengungkapan emisi karbon menunjukkan bahwa perhatian yang diberikan perusahaan terhadap salah satu pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan terkait emisi karbon paling rendah sebesar 26. Sedangkan nilai maksimum menunjukkan bahwa perhatian yang diberikan perusahaan terhadap salah satu pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan terkait emisi karbon paling tinggi sebesar 38. Secara keseluruhan, pengungkapan emisi karbon dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 31,27.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa variabel dengan nilai rata-rata tertinggi berada pada variabel tekanan *stakeholders* yaitu sebesar 91,76. Sedangkan variabel dengan nilai rata-rata terendah adalah variabel karakteristik perusahaan yaitu sebesar 1.

b. Analisis Deskriptif Pernyataan

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Tekanan *Stakeholders*, Karakteristik Perusahaan, *Media Exposure*, dan Pengungkapan Emisi Karbon. Distribusi frekuensi atas jawaban responden dari hasil tabulasi skor data. Berdasarkan rumus yang digunakan yaitu:

$$C = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Hasil perhitungan rentang skala menunjukkan nilai 0,8 dengan demikian rentang skala 0,8 tersebut dapat dijelaskan nilai numeriknya sebagai berikut:

Tabel 4.8
Ikhtisar Rentang Skala Variabel

Rentang	Tekanan <i>Stakeholders</i>	<i>Media Exposure</i>	Pengungkapan Emisi Karbon
$1 \leq X < 1,80$	SR	SR	SR
$1,81 \leq X < 2,60$	R	R	R
$2,61 \leq X < 3,40$	S	S	S
$3,41 \leq X < 4,20$	T	T	T
$4,21 \leq X < 5$	ST	ST	ST

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Keterangan: SR : Sangat Rendah

T : Tinggi

R : Rendah

ST : Sangat Tinggi

S : Sedang

1) Analisis Deskriptif Variabel Tekanan *Stakeholders* (X_1)

Analisa deskripsi terhadap variabel tekanan *stakeholders* terdiri dari 23 item pernyataan akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai tekanan *stakeholders*. Nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.9
Deskripsi Item Pernyataan Variabel Tekanan *Stakeholders*

Item Pernyataan	Frekuensi dan Persentase					Skor	Mean	Ket
	STD	TS	N	S	SS			
RP1				34	17	221	4,33	ST
				66,7%	33,3%			
RP2				34	17	221	4,33	ST
				66,7%	33,3%			
RP3				34	17	221	4,33	ST
				66,7%	33,3%			
RP4			2	35	14	216	4,24	ST
			3,9%	68,6%	27,5%			
RP5			2	35	14	216	4,24	ST
			3,9%	68,6%	27,5%			
RP6		6	23	17	5	174	3,41	T
		11,8%	45,1%	33,3%	9,8%			
RP7		3	25	17	6	179	3,51	T
		5,9%	49%	33,3%	11,8%			
OL1			5	38	8	207	4,06	T
			9,8%	74,5%	15,7%			
OL2		2	13	35	1	188	3,69	T
		3,9%	25,5%	68,6%	2%			
OL3		10	21	18	2	165	3,24	S
		19,6%	41,2%	35,3%	3,9%			
OL4		13	22	10	6	162	3,18	S
		25,5%	43,1%	19,6%	11,8%			
OL5			30	17	4	178	3,49	T
			58,8%	33,3%	7,8%			
OL6			12	35	4	196	3,84	T
			23,5%	68,6%	7,8%			

OL7		4	25	21	1	172	3,37	S
		7,8%	49%	41,2%	2%			
TK1			9	21	21	216	4,24	ST
			17,6%	41,2%	41,2%			
TK2				23	28	232	4,55	ST
				45,1%	54,9%			
TK3			16	24	11	199	3,90	S
			31,4%	47,1%	21,6%			
TK4				25	26	230	4,50	ST
				49%	51%			
TK5				19	32	236	4,63	ST
				37,3%	62,7%			
TK6				31	20	224	4,39	ST
				60,8%	39,2%			
TK7				32	19	223	4,37	ST
				62,7%	37,3%			
TK8		1	6	30	14	210	4,11	S
		2%	11,8%	58,8%	27,5%			
TK9		1	11	36	3	194	3,80	S
		2%	21,6%	70,6%	5,9%			
Rata-rata Keseluruhan							3,91	T

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 51 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap item-item pernyataan pada tekanan *stakeholders* (X₁) berada pada daerah tinggi dengan skor 3,91. Hal ini berarti bahwa responden memberikan persepsi yang cukup baik terhadap tekanan *stakeholders*. Pada faktor tekanan *stakeholders* ini terlihat bahwa nilai indeks tertinggi terdapat pada aspek pertanggungjawaban lingkungan hidup perusahaan kepada konsumen, yang memiliki indeks sebesar 4,63. Sementara nilai indeks terendah yaitu pada aspek dukungan terhadap aktifitas organisasi lingkungan yakni sebesar 3,18. Pada indikator tersebut terlihat bahwa perusahaan kurang setuju jika berperan aktif dalam membina kerjasama dengan LSM Lingkungan.

2) Analisis Deskriptif Variabel *Media Exposure* (M)

Analisa deskripsi terhadap variabel *media exposure* yang terdiri dari 4 item pernyataan akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai *media exposure*, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.10
Deskripsi Item Pernyataan Variabel *Media Exposure*

Item Pernyataan	Frekuensi dan Persentase					Skor	Mean	Ket
	STD	TS	N	S	SS			
ME1			11	27	13	206	4,04	T
			21,6%	52,9%	25,5%			
ME2			16	29	6	194	3,80	T
			31,4%	56,9%	11,8%			
ME3			16	17	18	206	4,04	T
			31,4%	33,3%	35,3%			
ME4			34	12	5	175	3,43	T
			66,7%	23,5%	9,8			
Rata-rata Keseluruhan							3,83	T

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Dari tabel 4.10 dapat diketahui dari 31 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap item-item pernyataan *media exposure* (M) berada pada daerah dengan skor 3,83. Hal ini berarti bahwa responden memberikan persepsi yang cukup baik terhadap *media exposure*. Pada variabel *media exposure*, terlihat bahwa nilai indeks tertinggi sebesar 4,04 terdapat pada item pernyataan 1, dimana perusahaan menganggap media massa berfungsi sebagai alat publikasi aktifitasnya dan item pernyataan 3, dimana perusahaan menganggap media massa dapat membentuk opini positif maupun negatif kepada masyarakat atas aktifitas yang telah dilakukannya. Sedangkan nilai indeks

terendah sebesar 3,43 terdapat pada item pernyataan 4 dengan indikator frekuensi penggunaan media massa.

3) Analisis Deskriptif Variabel Pengungkapan Emisi Karbon (Y)

Analisa deskripsi terhadap variabel pengungkapan emisi karbon terdiri dari 8 item pernyataan akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai pengungkapan emisi karbon. Nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.11
Deskripsi Item Pernyataan Variabel Pengungkapan Emisi Karbon

Item Pernyataan	Frekuensi dan Persentase					Skor	Mean	Ket
	STD	TS	N	S	SS			
CED1			7	34	10	207	4,06	T
			13,7%	66,7%	19,6%			
CED2			9	37	5	200	3,92	T
			17,6%	72,5%	9,8%			
CED3			9	34	8	203	3,98	T
			17,6%	66,7%	15,7%			
CED4		2	24	19	6	182	3,57	T
		3,9%	47,1%	37,3%	11,8%			
CED5		3	19	23	6	185	3,63	T
		5,9%	37,3%	45,1%	11,8%			
CED6			4	36	11	211	4,14	T
			7,8%	70,6%	21,6%			
CED7			6	34	11	209	4,09	T
			11,8%	66,7%	21,6%			
CED8			13	31	7	198	3,88	T
			25,5%	60,8%	13,7%			
Rata-rata Keseluruhan							3,91	T

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa dari 51 responden yang diteliti, secara umum persepsi responden terhadap item-item pernyataan pada pengungkapan emisi karbon perusahaan (Y) berada pada tingkat yang tinggi

dengan skor 3,91. Hal ini berarti bahwa responden memberikan persepsi yang cukup baik terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Pada indikator pengungkapan emisi karbon perusahaan ini terlihat bahwa nilai indeks tertinggi terletak pada indikator pengungkapan informasi emisi karbon yang transparan yakni sebesar 4,14, dimana perusahaan menganggap pengungkapan informasi emisi karbon yang dilakukan secara terbuka dapat meningkatkan akuntabilitas perusahaan. Sedangkan nilai indeks terendah terletak pada indikator faktor yang memengaruhi diungkapkannya informasi emisi karbon perusahaan yaitu sebesar 3,57, dimana perusahaan melakukan pengungkapan emisi karbonnya karena adanya peraturan pemerintah.

3. Hasil Uji Kualitas Data

Tujuan dari uji kualitas data adalah untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan. Uji kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang dimaksudkan untuk mengukur kualitas kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian sehingga dapat dikatakan instrumen tersebut valid, yaitu pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara statistik, yaitu menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total menggunakan metode *product moment pearson correlation*. Data dinyatakan

valid jika nilai r hitung yang merupakan nilai item dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari r tabel pada signifikansi 0,05 (5%). Pada penelitian ini terdapat jumlah sampel (n) = 51 responden dan besarnya df dapat dihitung $51 - 2 = 49$ dengan $df = 49$ dan $\alpha = 0,05$ didapat r tabel = 0,2329. Jadi, item pernyataan yang valid mempunyai r hitung lebih besar dari 0,2329. Berikut ini disajikan hasil uji validitas dari masing-masing variabel:

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Tekanan <i>Stakeholders</i>	RP1	0,753	0,2329	Valid
	RP2	0,753	0,2329	Valid
	RP3	0,753	0,2329	Valid
	RP4	0,586	0,2329	Valid
	RP5	0,586	0,2329	Valid
	RP6	0,513	0,2329	Valid
	RP7	0,366	0,2329	Valid
	OL1	0,452	0,2329	Valid
	OL2	0,493	0,2329	Valid
	OL3	0,750	0,2329	Valid
	OL4	0,509	0,2329	Valid
	OL5	0,812	0,2329	Valid
	OL6	0,709	0,2329	Valid
	OL7	0,547	0,2329	Valid
	TK1	0,725	0,2329	Valid
	TK2	0,583	0,2329	Valid
	TK3	0,587	0,2329	Valid
	TK4	0,592	0,2329	Valid
	TK5	0,673	0,2329	Valid
	TK6	0,658	0,2329	Valid
	TK7	0,663	0,2329	Valid
	TK8	0,467	0,2329	Valid
	TK9	0,441	0,2329	Valid
<i>Media Exposure</i>	ME1	0,787	0,2329	Valid
	ME2	0,884	0,2329	Valid

Carbon Emission Disclosure	ME3	0,901	0,2329	Valid
	ME4	0,718	0,2329	Valid
	CED1	0,564	0,2329	Valid
	CED2	0,561	0,2329	Valid
	CED3	0,528	0,2329	Valid
	CED4	0,793	0,2329	Valid
	CED5	0,569	0,2329	Valid
	CED6	0,566	0,2329	Valid
	CED7	0,528	0,2329	Valid
	CED8	0,703	0,2329	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Tabel 4.12 memperlihatkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti bahwa data yang diperoleh telah valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur indikator variabel atau konstruk dari suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji realibilitas data dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*, kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki koefisien realibilitas sebesar 0,60 atau lebih. Hasil pengujian realibilitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Tekanan <i>Stakeholders</i>	0,912	Reliabel
2	<i>Media Exposure</i>	0,893	Reliabel
3	Pengungkapan Emisi Karbon	0,747	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* dari semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dari kuesioner

yang digunakan untuk menjelaskan variabel Tekanan *Stakeholders*, *Media Exposure*, dan Pengungkapan Emisi Karbon yaitu dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda untuk uji hipotesis, maka terlebih dahulu dilaksanakan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linear terpenuhi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menguji normalitas data secara statistik, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Interpretasinya ditunjukkan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam regresi terdapat nilai residual yang memiliki distribusi normal atau tidak. Uji statistik yang dilakukan untuk memastikan apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan pengujian *one sample kolmogorov-smirnov*. Uji ini digunakan untuk menghasilkan angka yang lebih detail, apakah suatu persamaan regresi yang akan dipakai lolos normalitas. Suatu persamaan regresi dikatakan lolos normalitas apabila nilai signifikansi uji *kolmogorov-smirnov* lebih besar dari 0,05. Pengujian normalitas data juga dilakukan dengan menggunakan grafik yaitu histogram.

Berdasarkan grafik histogram dan uji statistik sederhana dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik menggunakan nilai *kolmogorov-smirnov*. Dari Tabel 4.14 dapat dilihat

signifikansi nilai *kolmogorov-smirnov* yang di atas tingkat kepercayaan 5% yaitu sebesar 0,417, hal tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas – One Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,75454526
	Absolute	,124
Most Extreme Differences	Positive	,124
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,883
Asymp. Sig. (2-tailed)		,417

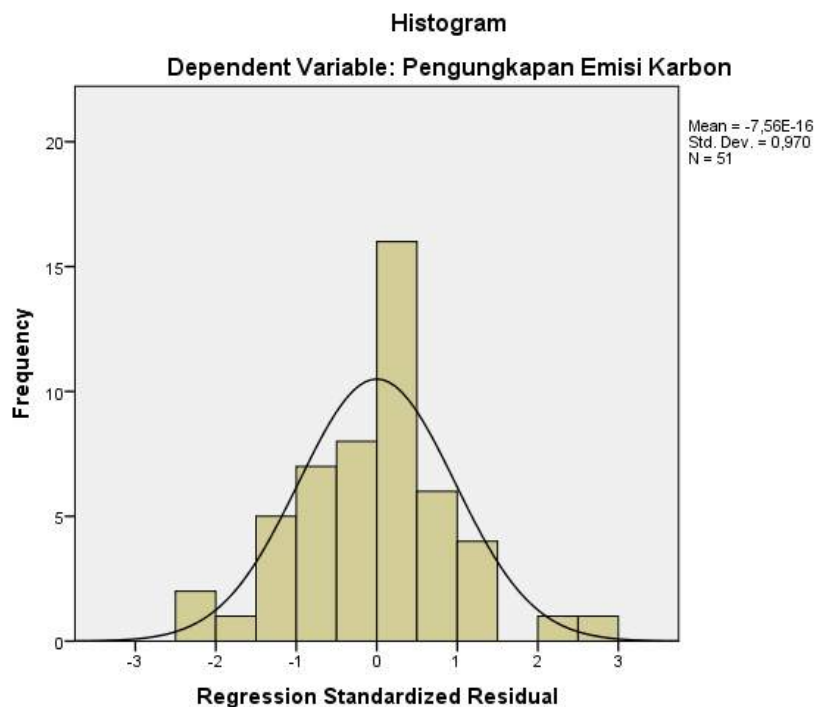
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

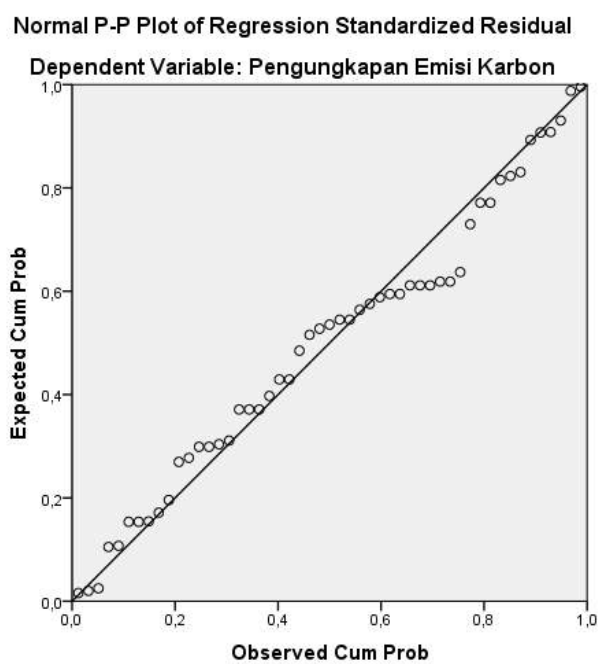
Selanjutnya faktor lain yang dapat digunakan untuk melihat apakah data terdistribusi dengan normal yaitu dengan melihat grafik histogram dan graik normal plot.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas – Grafik Histogram



Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas – Normal Probability Plot



Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena bentuk grafik normal dan tidak melenceng ke kanan atau ke kiri. Gambar 4.12 menunjukkan adanya titik-titik (data) yang tersebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model-model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas berdasarkan analisis grafik *normal probability plot*.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas (*independent*) dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independent*). Pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF > 10$ maka terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Tekanan Stakeholders	,870	1,149
Karakteristik Perusahaan	1,000	1,000
Media Exposure	,870	1,149

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

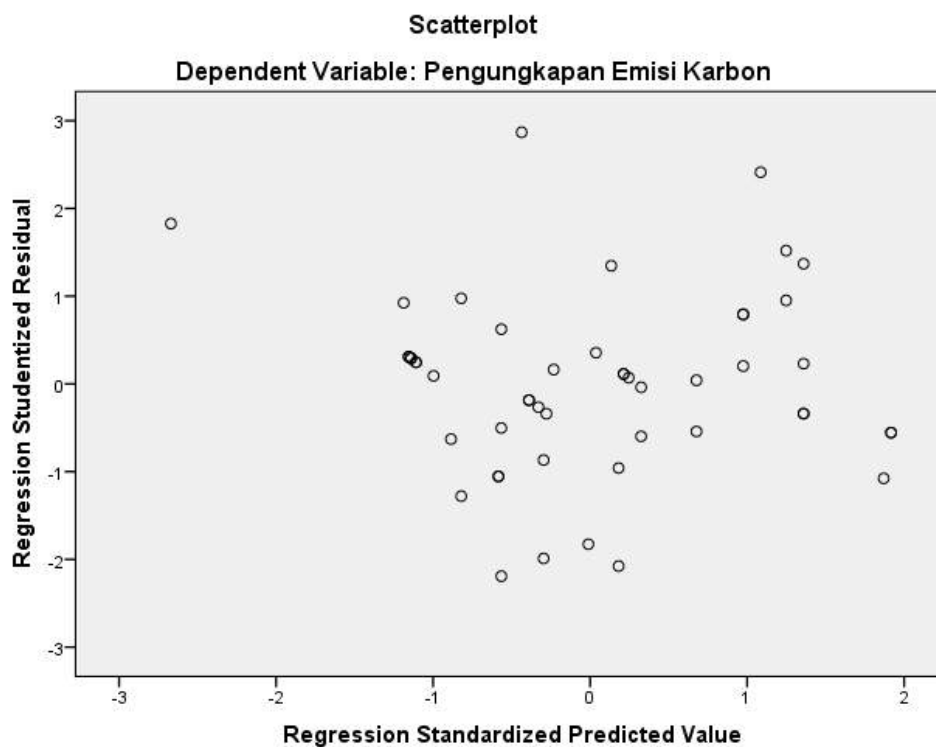
Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 di atas, karena nilai VIF untuk semua variabel memiliki nilai lebih kecil daripada 10 dan nilai *tolerance* lebih

besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan *scatterplot*. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot* diperoleh sebagai berikut:

Gambar 4.3
Hasil Heteroskedastisitas – Grafik *Scatterplot*



Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED menunjukkan pola penyebaran, dimana titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Pengungkapan Emisi Karbon berdasarkan Tekanan *Stakeholders*, Karakteristik Perusahaan, dan *Media Exposure*.

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, selain menggunakan *scatterplot* juga dapat dilakukan dengan uji *glejser*. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji *glejser* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,232	2,048		,602	,550
Tekanan Stakeholders	,010	,021	,076	,493	,625
Karakteristik Perusahaan	-,979	,845	-,166	-	,252
Media Exposure	,004	,076	,008	1,159	,960

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Dari hasil uji *glejser* pada tabel 4.16, dapat diketahui bahwa probabilitas untuk semua variabel independen tingkat signifikansinya di atas tingkat

kepercayaan 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

5. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian yang digunakan untuk menguji hipotesis H_1 dan H_2 menggunakan analisis regresi berganda dengan meregresikan variabel independen (tekanan *stakeholders* dan karakteristik perusahaan) terhadap variabel dependen (pengungkapan emisi karbon), sedangkan untuk menguji hipotesis H_3 dan H_4 menggunakan analisis moderasi dengan pendekatan absolut residual atau uji nilai selisih mutlak.

a. Hasil Uji Regresi Berganda Hipotesis Penelitian H_1 dan H_2 .

Pengujian hipotesis H_1 dan H_2 dilakukan dengan analisis regresi berganda pengaruh Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. Hasil pengujian tersebut ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,656	,642	1,79931

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Perusahaan, Tekanan Stakeholders

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas, nilai R^2 dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (*independent*) dalam menerangkan variabel terikat (*dependent*). Dari tabel di atas

diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,642, hal ini berarti bahwa 64% menunjukkan bahwa Pengungkapan Emisi Karbon dipengaruhi oleh variabel Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan. Sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini

Tabel 4.18
Hasil Uji F – Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	296,757	2	148,378	45,831	,000 ^b
Residual	155,400	48	3,238		
Total	452,157	50			

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

b. Predictors: (Constant), Karakteristik Perusahaan, Tekanan Stakeholders

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa dalam pengujian regresi berganda menunjukkan F hitung sebesar 45,8 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dimana nilai F hitung 45,8 lebih besar dari nilai F tabelnya sebesar 3,19 ($df_1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = 51 - 3 = 48$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon.

Tabel 4.19
Hasil Uji T – Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,389	3,059		,781	,439
Tekanan Stakeholders	,280	,030	,779	9,207	,000
Karakteristik Perusahaan	3,331	1,298	,217	2,566	,013

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dianalisis model estimasi sebagai berikut:

$$Y = 2,389 + 0,280 X_1 + 3,331 X_2 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan

X₁ = Tekanan *Stakeholders*

X₂ = Karakteristik Perusahaan

α = konstanta

β₁, β₂ = Koefisien regresi

e = *error term*

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 2,389 mengindikasikan bahwa jika variabel independen (tekanan *stakeholder* dan karakteristik perusahaan) adalah nol maka pengungkapan emisi karbon perusahaan akan terjadi sebesar 2,389.
- 2) Koefisien regresi variabel tekanan *stakeholders* (X₁) sebesar 0,280 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel tekanan

stakeholders akan meningkatkan pengungkapan emisi karbon perusahaan sebesar 0,280.

- 3) Koefisien regresi variabel karakteristik perusahaan (X_2) sebesar 3,331 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel karakteristik perusahaan akan meningkatkan pengungkapan emisi karbon perusahaan sebesar 3,331.

Hasil interpretasi atas hipotesis penelitian (H_1 dan H_2) yang diajukan dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Tekanan *Stakeholders* berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan (H_1).

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat bahwa variabel Tekanan *Stakeholders* memiliki t hitung sebesar $9,207 > t$ tabel dengan sig. $\alpha = 0,05$ dan $df = n - k$, yaitu $51 - 3 = 48$ t tabel sebesar 1,677 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_a diterima. Ini berarti Tekanan *Stakeholders* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan Tekanan *Stakeholders* berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan terbukti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tekanan yang diterima perusahaan dari *stakeholders* maka perusahaan cenderung melakukan pengungkapan emisi karbon.

2) Karakteristik Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan (H_2).

Berdasarkan tabel 4.19 dapat dilihat bahwa variabel Karakteristik Perusahaan memiliki t hitung sebesar $2,566 > t$ tabel dengan $\text{sig. } \alpha = 0,05$ dan $df = n - k$, yaitu $51 - 3 = 48$ t tabel sebesar $1,677$ dengan tingkat signifikansi $0,013$ yang lebih kecil dari $0,05$, maka H_a diterima. Hal ini berarti karakteristik perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan Karakteristik Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan terbukti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin matang umur perusahaan (karakteristik perusahaan) maka perusahaan cenderung melakukan pengungkapan emisi karbon.

b. Hasil Uji Regresi Moderasi dengan Pendekatan Nilai Selisih Mutlak terhadap Hipotesis Penelitian H_3 dan H_4 .

Frucot dan Shearon (1991) dalam Ghazali (2013 : 235) mengajukan model regresi yang agak berbeda untuk menguji pengaruh moderasi yaitu dengan model nilai selisih mutlak dari variabel independen. Menurutnya, interaksi ini lebih disukai oleh karena ekspektasinya sebelumnya berhubungan dengan kombinasi antara X_1 dan X_2 dan berpengaruh terhadap Y . Misalkan jika skor tinggi untuk variabel Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan berasosiasi dengan skor rendah *Media Exposure* (skor tinggi), maka akan terjadi perbedaan nilai absolut yang besar. Hal ini juga akan berlaku skor rendah dari Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan dengan skor tinggi *Media Exposure*

(skor rendah). Kedua kombinasi ini diharapkan akan berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

Langkah uji nilai selisih mutlak dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan persamaan regresi berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 ZX_1 + \beta_2 ZX_2 + \beta_3 ZM + \beta_4 |ZX_1 - ZM| + \beta_5 |ZX_2 - ZM| + e$$

Untuk membuktikan apakah variabel moderasi yang digunakan memoderasi variabel X terhadap Y maka perlu diketahui kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2013)

Tabel 4.20
Kriteria Penentuan Variabel Moderating

No.	Tipe Moderasi	Koefisien
1.	<i>Pure</i> Moderasi	b ₂ Tidak Signifikan b ₃ Signifikan
2.	<i>Quasi</i> Moderasi	b ₂ Signifikan b ₃ Signifikan
3.	<i>Homolgisier</i> Moderasi (Bukan Moderasi)	b ₂ Tidak Signifika b ₃ Tidak Signifikan
4.	Prediktor	b ₂ Signifikan b ₃ Tidak Signifikan

Keterangan:

b₂: Variabel Moderasi (*Media Exposure*)

b₃: Variabel interaksi antara masing-masing variabel bebas (tekanan *stakeholders* dan karakteristik perusahaan)

Untuk mengetahui bagaimana peranan variabel *media exposure* atas tekanan *stakeholders* dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi

karbon yang dilakukan adalah meregresi sebanyak 2 kali untuk masing-masing variabel: pertama regresi tanpa interaksi dan regresi dengan interaksi.

1) Regresi Tanpa Interaksi

- a) Regresi variabel tekanan *stakeholders* dan variabel *media exposure* diduga sebagai variabel moderasi terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji T (Tekanan *Stakeholders* dan *Media Exposure*)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,006	3,261		1,535	,131
1 Tekanan Stakeholders	,279	,033	,775	8,530	,000
Media Exposure	,047	,114	,037	,407	,686

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

- b) Regresi variabel karakteristik perusahaan dan variabel *media exposure* diduga sebagai variabel moderasi terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji T (Karakteristik Perusahaan dan *Media Exposure*)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25,355	3,360		7,545	,000
1 Karakteristik Perusahaan	3,394	2,136	,221	1,589	,119
Media Exposure	,176	,175	,140	1,006	,319

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

2) Regresi Dengan Interaksi Menggunakan Uji Nilai Selisih Mutlak

Pembahasan terkait pengujian hipotesis yang melibatkan variabel moderasi dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,842 ^a	,710	,677	1,70801

a. Predictors: (Constant), X2_M, Zscore: Tekanan Stakeholders, X1_M, Zscore: Media Exposure, Zscore: Karakteristik Perusahaan

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.23, nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,677 yang berarti Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan yang dapat dijelaskan oleh variabel X2_M, ZTekanan Stakeholders, X1_M, ZMedia Exposure, dan ZKarakteristik Perusahaan sekitar 68%. Sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.24
Hasil Uji F – Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	320,878	5	64,176	21,998	,000 ^b
Residual	131,279	45	2,917		
Total	452,157	50			

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

b. Predictors: (Constant), X2_M, Zscore: Tekanan Stakeholders, X1_M, Zscore: Media Exposure, Zscore: Karakteristik Perusahaan

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

Hasil Anova atau F test menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 21,998 dengan tingkat signifikansi 0,000 jauh di bawah 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel $X2_M$, Ztekanan *Stakeholders*, $X1_M$, *Zmedia Exposure*, dan ZKarakteristik Perusahaan secara bersama-sama atau simultan memengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan

Tabel 4.25
Hasil Uji T – Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	30,527	,507		60,245	,000
Zscore: Tekanan Stakeholders	2,135	,264	,710	8,077	,000
Zscore: Karakteristik Perusahaan	,565	,461	,188	1,227	,226
Zscore: Media Exposure	,160	,273	,053	,588	,559
$X1_M$,970	,376	,236	2,580	,013
$X2_M$	-,082	,477	-,027	-,173	,864

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

Sumber: Output SPSS 21 (2017)

- 1) Interaksi antara *Media Exposure* dan Tekanan *Stakeholders* berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan (H_3).

Dari hasil regresi tanpa interaksi pada tabel 4.21 diperoleh nilai signifikansi uji t variabel *media exposure* sebesar 0,686. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan tidak ada pengaruh variabel *media exposure* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Selanjutnya pada regresi dengan interaksi menggunakan uji nilai selisih mutlak pada tabel 4.25, diperoleh nilai signifikansi interaksi antara tekanan *stakeholders* dan *media*

exposure sebesar 0,013 yang menunjukkan bahwa interaksi tersebut berpengaruh. Karena koefisien b_2 tidak signifikan dan b_3 signifikan, maka penggunaan variabel *media exposure* termasuk dalam kategori variabel moderasi murni (*pure moderasi*) yaitu variabel yang memoderasi hubungan antara variabel prediktor dan variabel terganggu dimana variabel moderasi murni berinteraksi dengan variabel prediktor tanpa menjadi variabel prediktor.

Dari hasil uji nilai selisih mutlak pada tabel 4.25 menunjukkan bahwa X_{1_M} mempunyai t hitung sebesar $2,580 > t$ tabel $2,010$ dengan tingkat signifikansi $0,013$ yang lebih kecil dari $0,05$, maka H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel *media exposure* merupakan variabel moderasi yang memperkuat hubungan tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan *media exposure* memoderasi pengaruh tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan terbukti atau diterima.

2) Interaksi antara *Media Exposure* dan Karakteristik Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan (H_4).

Dari hasil regresi tanpa interaksi pada tabel 4.21 diperoleh nilai signifikansi uji t variabel *media exposure* sebesar $0,319$. Nilai tersebut lebih besar dari $0,05$ yang menunjukkan tidak ada pengaruh variabel *media exposure* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Selanjutnya pada regresi dengan interaksi menggunakan uji nilai selisih mutlak pada tabel 4.25, diperoleh nilai signifikansi interaksi antara karakteristik perusahaan dan

media exposure sebesar 0,864 yang menunjukkan bahwa interaksi tersebut tidak berpengaruh. Karena koefisien b_2 dan b_3 tidak signifikan, maka penggunaan variabel *media exposure* termasuk dalam kategori variabel moderasi potensial (*homologiser moderator*). Variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel prediktor dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel tergantung.

Dari hasil uji nilai selisih mutlak pada tabel 4.25 menunjukkan bahwa variabel moderating X_2_M mempunyai t hitung sebesar $-0,173 < t$ tabel 2,010 dengan tingkat signifikansi 0,864 yang lebih besar dari 0,05, maka H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa *media exposure* bukan variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah hubungan variabel karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan *media exposure* memoderasi pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan tidak terbukti atau ditolak.

C. Pembahasan

Penelitian mengenai hal-hal apa saja yang memengaruhi Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan, yang melibatkan pengaruh variabel bebas (Tekanan *Stakeholders* dan Karakteristik Perusahaan) terhadap variabel independen (Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan) dengan pemoderasi (*Media Exposure*), dapat dibuat pembahasan sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H ₁	Tekanan <i>stakeholders</i> berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan	Hipotesis Diterima
H ₂	Karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan	Hipotesis Diterima
H ₃	<i>Media exposure</i> memoderasi pengaruh tekanan <i>stakeholders</i> terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan	Hipotesis Diterima
H ₄	<i>Media exposure</i> memoderasi pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan	Hipotesis Ditolak

Sumber: Data primer yang diolah (2017)

1. Pengaruh Tekanan *Stakeholders* Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini bahwa tekanan *stakeholders* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Dari hasil analisis pengujian hipotesis pertama menunjukkan variabel tekanan *stakeholders* berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon dengan nilai koefisien beta *unstandardize* sebesar 0,280 dan (sig.) t sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa dengan adanya tekanan dari para *stakeholders* (pemerintah, organisasi lingkungan, dan konsumen) maka kemauan perusahaan untuk melakukan salah satu pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan emisi karbon semakin besar, dengan demikian hipotesis pertama terbukti atau diterima. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Haque dan Islam (2012) bahwa sejak tahun 2009 isu yang menjadi perhatian *stakeholders* terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah isu perubahan iklim akibat gas rumah kaca. Haque dan Islam

(2012) juga berpendapat bahwa *stakeholders* dalam hal ini adalah pemerintah sebagai badan pembuat peraturan (*regulator body*) dan organisasi lingkungan merupakan aktor penting dalam menerapkan tekanan akuntabilitas perusahaan terkait dengan perubahan iklim akibat gas rumah kaca.

Hal yang mendasari hasil penelitian ini adalah teori *stakeholders* yang dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan sebagai entitas berkembang menjadi sangat besar yang menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memerhatikan perusahaan. Sehingga perusahaan sejatinya bukan hanya dimiliki oleh para pemegang saham, tetapi terdapat pihak-pihak lain yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Inilah yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengelolaan perusahaan berorientasikan *stakeholders*. Perusahaan dalam pengelolaannya tentunya akan mempertimbangkan perhatian dan harapan *stakeholders* dalam menentukan keputusan bisnis perusahaan, yang dewasa ini perhatian *stakeholders* tertuju pada isu perubahan iklim akibat pemanasan global oleh gas rumah kaca. Sehingga perusahaan dalam menunjukkan kepedulian dan perhatiannya terhadap *stakeholders* tentunya akan melakukan pengungkapan emisi karbon baik secara implisit maupun eksplisit.

Teori *stakeholders* erat kaitannya dengan teori *legitimacy* (Deegan, 2004). Dalam teori *legitimacy* menjelaskan terdapat kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat, sehingga memberikan alasan utama bahwa perusahaan yang memperhatikan harapan *stakeholders* akan memperoleh *image* yang baik, yang nantinya akan melegitimasi perilaku perusahaan tersebut. Rankin *et al.* (2011) menyatakan bahwa teori legitimasi bertujuan untuk memahami pengungkapan

emisi karbon perusahaan guna menyesuaikan diri dengan sosial. Perusahaan yang tidak memenuhi legitimasinya, akan mengganggu kepercayaan dan pengakuan masyarakat. Perusahaan sebagai entitas yang berkembang menjadi sangat besar, memiliki *stakeholders* yang akan mengawasi dan menuntut perusahaan untuk memperhatikan setiap kegiatannya termasuk masalah lingkungan yang akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan. Perusahaan harus memenuhi harapan *stakeholders* termasuk memperhatikan masalah lingkungan agar tidak kehilangan dukungan dari *stakeholders*.

Sejalan dengan teori *stakeholders* dan teori legitimasi, Al-Qur'an sebagai petunjuk dan pedoman hidup bagi segala aktivitas manusia telah menjelaskan tentang tanggungjawab (amanah) yang perlu dimiliki oleh pelaku bisnis terhadap *stakeholders*. Sikap amanah yang dimiliki oleh para pelaku bisnis akan melahirkan kepercayaan dari *stakeholders* yang akan memengaruhi keberlangsungan perusahaan. Kewajiban memiliki sifat amanah ditegaskan Allah SWT. dalam QS. An-Nisa' (4): 58

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Basuki dan Patrioty (2011) yang menemukan bahwa tekanan *stakeholders* berpengaruh secara bersama-sama terhadap pengungkapan sosial dan tanggung jawab lingkungan. Serta mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Haque dan Islam (2012) yang menemukan adanya tekanan dari *stakeholders* agar perusahaan melakukan pengungkapan perubahan iklim oleh gas rumah kaca.

2. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini bahwa karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Dari hasil analisis pengujian hipotesis kedua menunjukkan variabel karakteristik perusahaan yang dalam penelitian ini adalah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon dengan nilai koefisien beta *unstandardize* sebesar 3,331 dan (sig.) *t* sebesar 0,013. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang telah lama beroperasi akan cenderung mengungkapkan informasi emisi karbon, dengan demikian hipotesis kedua terbukti atau diterima. Putri (2013) menyatakan, pada kondisi normal, perusahaan yang telah lama berdiri akan mempunyai pengelolaan informasi akuntansi lebih baik daripada perusahaan yang baru berdiri, sehingga jika dikaitkan dengan pengungkapan emisi karbon, perusahaan yang lebih lama beroperasi akan cenderung mengungkapkan emisi karbonnya karena mempunyai pengelolaan informasi akuntansi yang lebih baik.

Jika dikaitkan dengan konsep *continuitas improvment* yang dikemukakan oleh Edwar Deming dapat dijelaskan bahwa setiap organisasi akan berusaha melakukan perbaikan terus-menerus dari segi bidang operasional perusahaan ke arah lebih baik. Hal ini menjelaskan semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak perbaikan dan pengembangan yang mungkin dilakukan terhadap lingkungannya yang ditunjukkan dengan pengungkapan emisi karbon. Ghomi dan Leung (2013) mengaitkan konsep berbasis sumber daya sebagai hal yang mendasari pengaruh positif umur perusahaan terhadap pengungkapan emisi

karbon. Menurutnya perusahaan yang telah lama beroperasi memiliki lebih banyak sumber daya (uang, tenaga ahli, dan sistem informasi akuntansi yang baik) yang tersedia untuk melakukan pengungkapan ekstra yaitu pengungkapan emisi karbon. Selain itu karena perusahaan yang telah lama beroperasi mendapatkan perhatian yang lebih oleh masyarakat, sehingga mereka perlu melakukan pengungkapan emisi karbonnya untuk mendapatkan legitimasi yang lebih baik lagi.

Beberapa alasan mengapa perusahaan yang telah lama beroperasi cenderung melakukan pengungkapan sukarela yaitu: (1) Perusahaan yang telah lama beroperasi memiliki pengalaman lebih banyak dalam mempublikasikan suatu laporan sehingga lebih mengetahui akan informasi yang dibutuhkan *stakeholdersnya*; (2) Perusahaan yang telah lama beroperasi lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan untuk meningkatkan citra positif perusahaan; dan (3) perusahaan yang telah lama beroperasi cenderung telah memiliki kesadaran tidak hanya mengandalkan kemampuan laba untuk mempertahankan eksistensinya, namun juga menyadari pentingnya dukungan dari berbagai *stakeholders*. Sebagaimana yang dinyatakan dalam *stakeholders theory* bahwa perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas dan responsibilitas secara lebih luas tidak terbatas hanya kepada pemegang saham.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian Untari (2010) yang menemukan pengaruh positif umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan serta penelitian Ghomi dan Leung (2013)

yang menemukan pengaruh positif antara umur perusahaan dengan pengungkapan emisi karbon perusahaan.

3. Pengaruh *Media Exposure* dalam Memoderasi Tekanan *Stakeholders* Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah *media exposure* memoderasi tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien beta *unstandardized* X1_M sebesar 0,970 dan (sig.) t sebesar 0,013. Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa interaksi antara *media exposure* dengan tekanan *stakeholders* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *media exposure* memoderasi pengaruh tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan diterima.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *media exposure* menguatkan pengaruh tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa media mampu membentuk opini masyarakat untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap isu terkait perubahan iklim akibat pemanasan global oleh gas rumah kaca. Sejalan dengan teori *media agenda setting* yang menyatakan adanya hubungan tekanan relatif yang diberikan media terhadap berbagai topik dan berbagai tingkatan topik yang memiliki arti penting bagi masyarakat. Sehingga peningkatan terpaan media (*media exposure*) diyakini menyebabkan peningkatan kepedulian masyarakat terhadap isu tertentu, dimana media mampu membentuk masyarakat dalam merubah opini publik. Hal ini

berarti terpapar media (*media exposure*) mampu meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap perubahan iklim yang akhirnya memberikan kesadaran kepada masyarakat untuk memberikan tekanan terhadap perusahaan untuk mengungkapkan emisi karbonnya. Sebagaimana pernyataan McCombs, *et al* (1995) dalam Deegan (2004) menekankan bahwa kesadaran masyarakat adalah langkah pertama dalam pembentukan opini publik dan media dengan jelas membentuk kesadaran masyarakat, sehingga terdapat hubungan yang saling memengaruhi antara pembentukan opini publik dengan media. Hal ini juga didasarkan pada *legitimacy theory* yang secara luas menguji peran yang dimainkan oleh media berita pada peningkatan tekanan yang diakibatkan oleh tuntutan publik terhadap perusahaan dimana media berperan penting dalam mengkomunikasikan sesuatu kepada masyarakat.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dawkins dan Fraas (2011) yang menemukan hasil bahwa dinamika antara *stakeholders* dan pemberitaan media mempunyai dampak yang penting terhadap pengungkapan lingkungan secara sukarela. Begitupula dengan penelitian Jannah dan Muid (2014) dan Majid (2015) yang menemukan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.

4. Pengaruh *Media Exposure* dalam Memoderasi Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan.

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah *media exposure* dalam memoderasi karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien beta

unstandardize X2_M sebesar -0,082 dan (sig.) t sebesar 0,864. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa interaksi antara *media exposure* dengan karakteristik perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Hal ini berarti bahwa hipotesis keempat yang menyatakan *media exposure* memoderasi pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan tidak terbukti atau ditolak.

Justifikasi yang mungkin dapat menjelaskan tidak adanya interaksi atau moderasi antara *media exposure* dengan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan adalah karena dalam hal ini karakteristik perusahaan yang diukur dengan indikator umur (kematangan) perusahaan telah mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut yang digambarkan dalam kedewasaan perusahaan. Dengan demikian perusahaan yang telah lama beroperasi merupakan perusahaan yang besar yang secara langsung menyebabkan perusahaan menjadi sangat terkait oleh masyarakat dan menjadi perhatian masyarakat sebagaimana yang dijelaskan dalam *stakeholders theory*, sehingga tanpa adanya interaksi dengan *media exposure* masyarakat sudah sangat terkait dan memerhatikan perusahaan, dan dengan sendirinya perusahaan menjadi terikat dengan *stakeholders*-nya dan mengetahui apa yang jadi harapan *stakeholders*-nya tanpa perlunya *media exposure* dalam membentuk kesadaran perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon. Hal ini juga sejalan dengan konsep *continuitas improvment* yang dikemukakan oleh Edwar Deming yang menjelaskan bahwa setiap organisasi akan berusaha melakukan perbaikan terus-menerus dari segi bidang operasional perusahaan ke arah lebih baik. Yang jika dikaitkan

dengan pengungkapan emisi karbon maka perusahaan akan melakukan pengungkapan emisi karbonnya sebagai bagian dari perbaikan perusahaan kearah lebih baik.



BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel independen yaitu tekanan *stakeholders* dan karakteristik perusahaan terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan emisi karbon perusahaan dengan adanya interaksi variabel moderasi yaitu *media exposure*. Berdasarkan pada data yang dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tekanan *stakeholders* (regulasi pemerintah, organisasi lingkungan, dan konsumen) berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Pengaruh positif menunjukkan bahwa tekanan *stakeholders* mempunyai peranan yang penting dalam mendorong perusahaan untuk mengungkapkan emisi karbonnya. Hal ini berarti semakin tinggi tekanan yang diterima perusahaan dari *stakeholders* maka perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan emisi karbon.
2. Karakteristik perusahaan (umur perusahaan) berpengaruh positif terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang telah lama beroperasi memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk melakukan pengungkapan emisi karbon.
3. *Media exposure* dapat menguatkan pengaruh tekanan *stakeholders* terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Hal ini berarti bahwa *media exposure* merupakan variabel moderating. Interaksi antara *media*

exposure dengan tekanan *stakeholders* mampu membentuk opini masyarakat untuk meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap pemanasan global akibat gas rumah kaca.

4. *Media exposure* dan Karakteristik perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan. Pengaruh negatif menunjukkan bahwa interaksi antara *media exposure* dengan karakteristik perusahaan tidak berperan penting terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan.

B. Keterbatasan

Hasil penelitian ini menunjukkan ada beberapa keterbatasan yang mengurangi kesempurnaannya, antara lain:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 5 perusahaan yang berada di Kawasan Industri Makassar karena keterbatasan waktu penelitian, perizinan yang sedikit rumit, serta respon dari beberapa pihak perusahaan yang kurang mendukung untuk diadakannya penelitian.
2. Data yang dianalisis menggunakan instrumen berdasarkan persepsi jawaban responden, sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

C. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan. Adapun implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, yakni dinyatakan dalam bentuk

saran-saran yang diberikan melalui hasil penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Bagi manajemen perusahaan, diharapkan untuk mempertimbangkan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan dalam meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan. Diharapkan perusahaan yang dalam hal ini adalah perusahaan yang berada di Kawasan Industri Makassar untuk meningkatkan kualitas pemberitaan informasi emisi karbon perusahaan sebagai bentuk akuntabilitas dan responsibilitasnya. Adapun visi pemberitaan tidak hanya sekedar untuk meningkatkan reputasi dan citra perusahaan saja, tetapi juga dengan tulus mengimplementasikan tanggungjawabnya dalam arti sebenarnya, yaitu upaya untuk mengeliminir dampak negatif karena keberadaan perusahaan.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti faktor lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon perusahaan, mengingat variabel independen dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 64%, sisanya 36% dipengaruhi faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M Wahyuddin., Saiful Muchlis dan Sri Nirmala Sari. 2015. Pengaruh Tekanan Stakeholders dan Tanggung Jawab Sosial terhadap Penerapan Akuntansi Lingkungan di Kawasan Industri Makassar. *Assets*. 5(1): 1-10.
- Badara, Aris. 2014. *Analisis Wacana, Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Predana Media Grup.
- Basuki dan Patrioty. 2011. Pengaruh Regulasi Pemerintah, Tekanan Masyarakat, Tekanan Organisasi Lingkungan, Tekanan Media Massa, Terhadap Corporate Social Disclosure. *Ekuitas Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*. 15(1): 1-17.
- Clarkson, M. 1995. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*. 20(1):92-117.
- Clarkson, Peter M., Michael B. Overell dan Larelle Chapple. 2011. Environmental Reporting and its Relation to Corporate Environmental Performance. *Abacus Journal*. 47(1): 27-60.
- Darmawati. 2014. Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam. *Mazahib Jurnal Pemikiran Islam*. 13(2): 1-14.
- Dawkins, Cedric dan John W. Fraas. 2011. Coming Clean: The Impact of Environmental Performance and Visibility on Corporate Climate Change Disclosure. *Journal of Business Ethics*. 100(2): 303-322.
- Donaldson Thomas dan Lee E. Preston. 1995. The Stakeholder Theory of The Corporation: Concepts, Evidence and Implications. *The Academy of Management Review*. 20(1): 65-91.
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ghomi, ZB dan Philomena Leung. 2013. An Empirical Analysis of the Determinants of Greenhouse Gas Voluntary Disclosure in Australia. *Accounting and Finance Research*. 2(1): 1-18.
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: BP UNDIP.
- Harris, P. G. 2006. Environmental Prespective and Behavior in China: Synopsis and Bibliography. *Environment and Behavior*. 38(1): 5-21.

- Hastuti, Sri dan Luky Wijayanti. 2009. Kinerja Manajerial: Hasil Kerjasama Tim dan Perbaikan Berkesinambungan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. 9(1): 1-11.
- Haque, Shamima & Muhammad Azizul Islam. 2012. Stakeholder Pressures and Climate Change Disclosure: Australian Evidence. *Open Confrence Proceeding AFAANZ Melbroune*.
- Henriques, Irene dan Perry Sadorsky. 1999. The Relationship between Environmental Commitment and Managerial Perceptions of Stakeholder Importance. *The Academy of Management Journal*. 42(1): 87-99.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE, UGM.
- Ja'far, Muhammad S dan Lisa Kartikasari. 2009. Carbonaccounting: Implikasi Strategis Perekayasaan Akuntansi Manajemen. *Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang*.
- Jannah, Richatul dan Dul Muid. 2014. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Carbon Emission Disclosura pada Perusahaan di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). *Diponegoro Journal of Accounting*. 3(2): 2337-3806.
- Kementerian Agama RI. 2011. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bekasi: Cipta Bagus Segara.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Linggasari, Elsa. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Carbon Emission Disclosure (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). *Diponegoro Journal of Accounting*. 1-18.
- Majid, Abdul Rizqi dan Imam Ghozali. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Emisi Gas Rumah Kaca pada Perusahaan di Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*. 4(4): 2337-3806.
- Nugroho, Ahmadi. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intellectual Capital Disclosure (Icd)". *Accounting Analysis Journal*. 1(2): 1-11.
- Paramita, ND dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2015. Sikap dalam Memediasi Hubungan Kesadaran Lingkungan dengan Niat Beli Produk Kosmetik Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 17(2): 177-185.

- Parwati, Indri Cyrilla dan Rian Mandar Sakti. 2012. Pengendalian Kualitas Produk Cacat Dengan Pendekatan Kaizen dan Analisis Masalah Dengan Seven Tools. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi III, Yogyakarta*.
- Pellegrino, C dan S. Lodhia. 2012. Climate Change Accounting and Australian Mining Industry: Exploring The Links Between Corporate Disclosure and The Generation of Legitimacy. *Journal of Cleaner Production*. 36(1): 68-82.
- Pratiwi, KP dan Anis Chariri. 2013. Environmental Incident, Pemberitaan Media dan Praktik Pengungkapan Lingkungan (Environmental Disclosure): Studi pada Sustainability Report Asia Pulp and Paper Co., Ltd. *Diponegoro Journal of Accounting*. 2(1): 1-32.
- Putri, CD. 2013. Pengaruh Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Dalam Sustainability Report (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi*. 1(3): 1-29.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Syahnan. Kebakaran Hutan di Riau, Dua Perusahaan Sawit Jadi Tersangka. *Kompas Online*. 15 September 2016. <http://regional.kompas.com/read/2016/09/15/15573291/kebakaran.hutan.di.riau.dua.perusahaan.sawit.jadi.tersangka> (28 September 2016).
- Rankin, M., Windsor, C. dan Wahyuni, D. 2011. An Investigation of Voluntary Corporate Greenhouse Gas Emissions Reporting in A Market Governance System: Australian Evidence. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 24(8): 1037-1070.
- Setiowati, Ardhy Pratiwi. 2010. Analisis Hubungan Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan. *Economic Review Journal Universitas Indonesia*. 1-27.
- Shihab, M. Quraish. 2010. *Tafsir al-Misbah; Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, Volume 10. Jakarta: Lentera Hati.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2011. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardjanto, D., dan A. N. Afni. 2009. Praktik Corporate Social Disclosure di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*. 8(3):265-279.

- Ulum, Ihyaul. 2009. *Intellectual Capital: Konsep dan Kajian Empiris*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Untari, Lisna. 2010. Effect on Company Characteristics Corporate Social Responsibility Disclosures in Corporate Annual Report of Consumption Listed in Indonesia Stock Exchange. *Economics Journal*. 1-17.
- Warsono, dkk. 2009. *Corporate Governance; Concept and Model*. Yogyakarta: BPFE, UGM.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Yuliani, S., Nadirsyah dan Usman Bakar. 2010. Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Keuangan Daerah dan Peran Internal Audit Terhadap Kualitas laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi pada Pemerintah Kota Banda Aceh). *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*. 3(2):206-220

LAMP IRAN

I

PT. (PERSERO)
KAWASAN INDUSTRI MAKASSAR



Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 15
Daya Makassar 90241
Sulawesi Selatan, Indonesia

Tel : +62 411 510-158
Fax : +62 411 510-098

E-mail: marketing@pekime-makassar.co.id
Web: www.pekime-makassar.co.id

Nomor : KIMA. 1160/SEKPER/VIII/2017
Tanggal : 15 AGUSTUS 2017
Perihal : PERMOHONAN IZIN PENELITIAN
Lamp. :-

Kepada Yth,
DEKAN FEBI UIN ALAUDDIN
MAKASSAR
DI-
MAKASSAR

Dengan Hormat,
Menunjuk surat saudara No.11530/S.01P/P2T/08/2017, tertanggal 07 Agustus s/d 07 September 2017, Perihal : Permohonan Izin Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan bahwa :

Nama : NURUL AINI RIDWAN
Nomor Pokok : 10800113174
Program Studi : Akuntansi
Pekerjaan / Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Muh. Yasin Limpo No. 36 Samata, Sungguminasa - Gowa

Menyetujui dan menerima mahasiswa tersebut untuk melaksanakan Penelitian dari 15 Agustus s/d 15 September 2017 di beberapa perusahaan dalam Kawasan Industri Makassar.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya di ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

PT. (PERSERO)
KAWASAN INDUSTRI MAKASSAR


IMRAN YAMIN
CORPORATE SECRETARY



PT VARIA USAHA BETON
(GRUP SEMEN INDONESIA)

Your Concrete Partner



NO : 001/BSPMKS/08.2017
TANGGAL : 21 AGUSTUS 2017
PERIHAL : PERMOHONAN IZIN PENELITIAN
LAMP : -

Kepada Yth,
DEKAN FEBI UIN ALAUDDIN
MAKASSAR
TN-

MAKASSAR

Dengan Hormat,

Menunjuk surat saudara No. 11530/S.01P/P2T/08/2017, tertanggal 07 Agustus s/d 07 September 2017
Perihal Permohonan Izin Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan bahwa :

Nama : Nurul Aini Ridwan
Nomor Pokok : 10800113174
Program Studi : Akuntansi
Pekerjaan / Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Muh. Yasin Limpo No. 36 Samata, Sungguminasa – Gowa

Menyetujui dan menerima mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian dari 15 Agustus s/d 15 September 2017 di perusahaan kami .

Olehkian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



Hormat Kami,

M. Suyuti

Karu Admin & Pergudangan BSP Makassar

MARS

Symbioscience Indonesia. PT



Jl. Kima 10 Kav A.6 Daya, Makassar, Sulawesi Selatan

Tlp : +62-411-515702 (Hunting)

Fax : +62-411-515704

Makassar 06 September 2017

Nomor : 159/MSI-S&F/IX/2017
Perihal : Jawaban Surat Izin Penelitian
Lampiran :

Dengan Hormat

Merujuk surat No 1160/SEKPER/IX/2017, tertanggal 15 Agustus 2017 perihal permohonan izin penelitian, terkait penelitian yang akan dilaksanakan pada perusahaan kami, oleh mahasiswi atas nama :

Nama : NURUL AINI RIDWAN
Nomor Pokok : 10800113174
Program Studi : Akuntansi
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Muh. Yasin Limpo No. 38 Samata Sungguminasa Gowa

Menerangkan bahwa kami telah mengisi dan menjawab seluruh pertanyaan yang terkait penelitian tersebut

Demikian surat jawaban ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Hormat Kami,

Amrullah Syam
Service & Finance Manager



**CHAROEN
POKPHAND
INDONESIA, PT.**
A tradition of quality

Kepada Yth,

Pimpinan PT. KIMA (Kawasan Industri Makassar)

Di -

Tempat

Dengan Hormat,

Selubungan dengan surat rekomendasi untuk melakukan penelitian pada perusahaan kami, maka dengan ini kami telah mengisi kuesioner penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dibawah ini:

Nama : Nurul Aini Ridwan
Nomor Pokok : 10800113174
Program Studi : Akuntansi
Pekerjaan / Lembaga : Mahasiswa (SI)
Alamat : Jl. Muh. Yasin Limpo No. 36 Samata, Sungguminasa – Gowa

Dengan ini kami memberikan izin untuk melakukan pengambilan data kuesioner di perusahaan kami.

Demikian penyampaian ini, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Makassar, ~~20 Juli 2017~~ 12 September 2017

Baso Alim Bahri
GM HR&GA Department



A member of CP Group



SURAT KETERANGAN

087/CCC-ADM-M/V/X-17

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Nurul Aini Ridwan
Nomor Pokok : 10500113174
Program Studi : Akuntansi
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
Alamat : JL. Muh.Yasin Limpo No.38 Samata,Sungguminasa-Gowa

Telah melakukan penelitian berupa pengisian Kuesioner pada 15 responden PT,Cargill Indonesia-Cocoa & Chocolate-Makassar pada tanggal 03-Oktober-2017 dalam rangka untuk penyelesaian studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.

Dengan surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Makassar, 03-Oktober-2017



Enlis Idris
HR & Admin SPV

PT. (PERSERO)

KAWASAN INDUSTRI MAKASSAR



Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 15
Daya Makassar 90241
Sulawesi Selatan, Indonesia

Tel. : +62.411 510-158
Fax : +62.411 510-098

E-mail: marketing@ptkima-makassar.co.id
Web: www.ptkima-makassar.co.id

SURAT REKOMENDASI

KIMA.1158/KDU/VIII/2017

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : IMRAN YAMIN
Jabatan : CORPORATE SECRETARY
Instansi : PT. Kawasan Industri Makassar

Memberikan rekomendasi untuk melakukan penelitian pada beberapa perusahaan dalam Kawasan Industri Makassar yang akan dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus s/d 15 September 2017 dalam rangka proses penyelesaian studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar kepada :

Nama : NURUL AINI RIDWAN
Nomor Pokok : 10800113174
Program Studi : Akuntansi
Pekerjaan / Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Muh. Yasin Limpo No. 36 Samata, Sungguminasa – Gowa

Demikian surat rekomendasi ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 15 Agustus 2017
PT Kawasan Industri Makassar (Persero)


PT. KAWASAN INDUSTRI MAKASSAR
IMRAN YAMIN
CORPORATE SECRETARY

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Kepada Yth.

Pimpinan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

di-

Kawasan Industri Makassar

Dengan Hormat,

Melengkapi surat rekomendasi PT. KIMA Nomor: KIMA.1158/KDU/VIII/2017 tanggal 15 Agustus 2017 perihal Izin Penelitian, dalam rangka penyelesaian studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan judul :

**“TEKANAN STAKEHOLDER DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN EMISI KARBON DENGAN MEDIA EXPOSURE
SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN DI
KAWASAN INDUSTRI MAKASSAR)”**

Penelitian ini semata-mata bersifat ilmiah, dan hanya dipergunakan untuk keperluan penyusunan skripsi. Dengan ini saya mohon Bapak/Ibu bersedia menjadi responden dalam penelitian yang saya lakukan (kuesioner terlampir).

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Makassar, 15 Agustus 2017

Hormat saya

Nurul Aini Ridwan

Mahasiswi Akuntansi UIN Alauddin Makassar

Petunjuk Pengisian:

Bagian pertama (I) berkaitan dengan identitas responden.

Bagian kedua (II) berkaitan erat dengan variabel-variabel yang akan kami teliti.

BAGIAN I

Cara memberi jawaban adalah dengan mengisi tiap titik-titik yang telah disediakan dan memberi tanda centang (✓) pada tiap pilihan jawaban Bapak/Ibu.

IDENTITAS RESPONDEN

No.	Identitas Bapak/Ibu
1.	Nama responden;.(tidak harus diisi)
2.	Jenis kelamin; () Pria () Wanita
3.	Status Pernikahan; () Menikah () Belum menikah
4.	Usia; () 20-25 tahun () 38-43 tahun () 26-31 tahun () 44-49 tahun () 32-37 tahun () 50 tahun keatas
5.	Pendidikan Terakhir; () SMA () S1 () S2 () S3
6.	Pekerjaan/Jabatan saat ini;(mohon diisi)
7.	Berapa tahun sejak Bapak/Ibu bekerja;.(mohon diisi)
8.	Berapa lama masa jabatan Bapak/Ibu saat ini;(mohon diisi)

STAKEHOLDER YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN BISNIS PERUSAHAAN

9. Dalam menentukan keputusan bisnis maka *stakeholders* berikut perlu diperhatikan. Urutkan *stakeholders* dibawah ini, dimulai dari angka 1 yang Bapak/Ibu anggap paling penting berurutan sampai dengan angka 10 yang dianggap tidak penting.

.Konsumen

.Pemegang Saham

.Pemasok

.Pemerintah

.Media Massa

.Organisasi Lingkungan

.Masyarakat Sekitar

.Karyawan

.Organisasi Keagamaan

.Partai Politik

BAGIAN II. VARIABEL PENELITIAN

Mohon berkenan menyatakan pendapatnya tentang pernyataan regulasi pemerintah, tekanan organisasi lingkungan, tekanan konsumen, tekanan media massa dan *carbon emission disclosure* (pengungkapan emisi karbon).

Cara memberi jawaban adalah dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang telah tersedia. Sedapat mungkin mohon dihindari jawaban netral, kecuali memang Bapak/Ibu tidak punya pilihan lain. Adapun bobot penilaian adalah sebagai berikut:

STD (Sangat Tidak Setuju) = Tidak Pernah = 1

TD (Tidak Setuju) = Jarang Sekali = 2

N (Netral) = Jarang = 3

S (Setuju) = Sering = 4

SS(Sangat Setuju) = Sering Sekali = 5

A. Pernyataan yang berkaitan dengan ‘Regulasi Pemerintah’

No.		STD	TD	N	S	SS
Tanggapan terhadap peraturan pemerintah mengenai penurunan emisi gas rumah kaca						
1.	Bpk/Ibu setuju dengan adanya Undang-Undang No. 17 Tahun 2004 yang meratifikasi Protokol Kyoto dalam rangka melaksanakan pembangunan berkelanjutan dan ikut serta dalam upaya menurunkan emisi GRK global.					
Tanggapan terhadap peraturan pemerintah mengenai pengungkapan informasi emisi karbon						
2.	Bpk/Ibu setuju dengan Peraturan Presiden No. 71 Tahun 2011 pasal 15, yang menyatakan seluruh pelaku usaha dari kegiatan yang secara potensial menimbulkan emisi dan/atau menyerap GRK, wajib melaporkan data-data terkait inventarisasi GRK.					
3.	Bpk/Ibu setuju dengan Peraturan Presiden No. 61 Tahun 2011 pasal 4, dimana bahwa pelaku usaha juga ikut andil dalam upaya penurunan emisi GRK.					
Dukungan terhadap program-program pemerintah						
4.	Bpk/Ibu setuju dengan adanya Program Pengurangan Emisi CO ₂ di sektor industri yang diluncurkan oleh Kementerian Perindustrian.					
5.	Bpk/Ibu setuju dengan adanya Program Konservasi Energi yang diselenggarakan oleh Kemenperin yang mewajibkan pengguna sumber energi yang menggunakan energi lebih besar atau sama dengan 6000 TOE per tahun wajib melakukan konservasi energi melalui manajemen energi dengan menunjuk manager energi.					

Kepatuhan terhadap peraturan pemerintah		STD	TD	N	S	SS
6.	Bpk/Ibu memahami peraturan pemerintah tentang penurunan emisi gas rumah kaca.					
7.	Bpk/Ibu setuju tiap peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah tersebut harus dilaksanakan.					

B. Pernyataan yang berkaitan dengan ‘Tekanan Organisasi Lingkungan’

No.		STD	TD	N	S	SS
Tanggapan terhadap organisasi lingkungan (LSM Lingkungan)						
8.	Bpk/Ibu setuju dengan keberadaan LSM Lingkungan.					
9.	LSM Lingkungan berperan sebagai kontrol sosial perusahaan.					
10.	Bpk/Ibu setuju dilakukannya pemantauan oleh LSM Lingkungan terhadap perusahaan.					
Dukungan terhadap aktifitas organisasi lingkungan (LSM Lingkungan)						
11.	Bpk/Ibu setuju jika perusahaan berperan aktif dalam membina kerjasama dengan LSM Lingkungan.					
Sikap perusahaan terhadap masukan dari organisasi lingkungan (LSM Lingkungan)						
12.	Bpk/Ibu setuju jika perusahaan memperhatikan kritik yang diberikan oleh LSM Lingkungan.					
13.	Bpk/Ibu setuju jika perusahaan memperhatikan saran-saran yang diberikan oleh LSM Lingkungan.					
Frekuensi kedatangan organisasi lingkungan		Sering Sekali	Sering	Jarang	Jarang Sekali	Tidak Pernah
14.	Perusahaan sering menolak kedatangan (audiensi) LSM Lingkungan?					

C. Pernyataan yang berkaitan dengan ‘Tekanan Konsumen’

No.		SS	S	N	TD	STD
Tanggapan terhadap masukan-masukan dari konsumen						
15.	Perusahaan tidak merespon kritik konsumen.					
16.	Perusahaan tidak merespon saran konsumen.					
17.	Perusahaan tidak mengubah keputusan bisnisnya atas kritik dan saran konsumen.					
Dukungan terhadap kegiatan sosial-kemasyarakatan		STD	TD	N	S	SS

18.	Bpk/Ibu setuju jika perusahaan mendukung kegiatan sosial-kemasyarakatan.					
Pertanggungjawaban perusahaan kepada konsumen		SS	S	N	TD	STD
19.	Tidak penting bagi perusahaan mempertanggungjawabkan tentang aspek lingkungan hidup pada konsumen.					
20.	Tidak penting bagi perusahaan mempertanggungjawabkan tentang aspek sosial pada konsumen.					
21.	Tidak penting bagi perusahaan mempertanggungjawabkan tentang aspek ekonomi pada konsumen.					
Frekuensi aktivitas lingkungan yang dilakukan perusahaan ke konsumen		Tidak Pernah	Jarang Sekali	Jarang	Sering	Sering Sekali
22.	Perusahaan ikut serta dalam aksi penurunan emisi GRK yang diselenggarakan oleh Kementerian Perindustrian.					
23.	Perusahaan ikut serta dalam aksi penurunan emisi GRK yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.					

D. Pernyataan tentang ‘Media Exposure’

No.		SS	S	N	TD	STD
Tanggapan terhadap terpaan media massa atas aktifitas perusahaan						
24.	Media massa tidak berfungsi sebagai alat publikasi aktifitas perusahaan.					
25.	Media massa bukan sebagai salah satu alat untuk membangun <i>image</i> (citra) perusahaan di mata publik.					
26.	Media massa tidak dapat membentuk opini positif maupun negatif kepada masyarakat atas aktifitas yang telah dilakukan oleh perusahaan?					
Frekuensi penggunaan media massa sebagai media publikasi		Tidak Pernah	Jarang Sekali	Jarang	Sering	Sering Sekali
27.	Perusahaan sering menggunakan media massa sebagai media publikasi atas aktifitas sosial dan lingkungan perusahaan.					

E. Pernyataan tentang ‘Carbon Emission Disclosure

No.		STD	TD	N	S	SS
Aspek-aspek pengungkapan emisi karbon						
28.	Bpk/Ibu setuju bahwa aspek lingkungan hidup harus diungkapkan.					
29.	Bpk/Ibu setuju bahwa aspek sosial harus diungkapkan.					
30.	Bpk/Ibu setuju bahwa aspek ekonomi harus diungkapkan.					
Faktor-faktor yang mempengaruhi diungkapkannya informasi emisi karbon perusahaan						
31.	Pengungkapan informasi emisi karbon perusahaan dilakukan karena adanya peraturan pemerintah.					
32.	Pengungkapan informasi emisi karbon dilakukan karena adanya tekanan dari pemegang kepentingan lain (<i>stakeholders</i>).					
Pengungkapan informasi emisi karbon yang transparan		SS	S	N	TD	STD
33.	Pengungkapan informasi emisi karbon hendaknya dilakukan secara tertutup, agar dapat meningkatkan akuntabilitas perusahaan.					
Pengungkapan informasi emisi karbon sebagai alat pertanggungjawaban						
34.	Pengungkapan informasi emisi karbon yang dilakukan perusahaan bukan merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial dan lingkungan perusahaan kepada <i>stakeholders</i> .					
Pengungkapan informasi emisi karbon sebagai bentuk performa kinerja lingkungan perusahaan						
35.	Pengungkapan informasi emisi karbon tidak dapat digunakan untuk mengetahui performa kinerja lingkungan perusahaan.					

SELESAI**TERIMA KASIH**

LAMPIRAN

II

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

No.	TEKANAN <i>STAKEHOLDERS</i>																							TOTAL
	RP1	RP2	RP3	RP4	RP5	RP6	RP7	TO1	TO2	TO3	TO4	TO5	TO6	TO7	TK1	TK2	TK3	TK4	TK5	TK6	TK7	TK8	TK9	
1	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	101
2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	5	3	5	5	4	4	4	3	82
3	4	4	4	4	4	2	3	5	3	2	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	89
4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	93
5	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	2	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	87
6	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	92
7	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	5	3	5	5	4	4	4	3	82
8	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	101
9	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	2	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	87
10	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	93
11	4	4	4	4	4	2	3	5	3	2	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	89
12	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	5	3	5	5	4	4	4	3	82
13	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	101
14	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	3	3	93
15	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	3	3	88
16	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	108
17	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	96
18	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	102
19	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	87
20	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	86
21	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	103
22	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	89
23	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	86
24	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	86
25	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	87

No.	TEKANAN STAKEHOLDERS																						TOTAL	
	RP1	RP2	RP3	RP4	RP5	RP6	RP7	TO1	TO2	TO3	TO4	TO5	TO6	TO7	TK1	TK2	TK3	TK4	TK5	TK6	TK7	TK8		TK9
26	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	96
27	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	102
28	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	103
29	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	108
30	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	82
31	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	81
32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	81
33	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	80
34	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	3	94
35	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	81
36	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	84
37	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	82
38	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	5	5	5	4	4	93
39	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	84
40	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	89
41	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	84
42	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	83
43	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	107
44	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	92
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	93
46	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	103
47	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	86
48	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	102
49	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	103
50	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	103
51	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	3	94

No.	MEDIA EXPOSURE				TOTAL
	ME1	ME2	ME3	ME4	
1	3	3	3	3	12
2	3	3	3	3	12
3	3	4	4	3	14
4	4	4	5	3	16
5	3	3	3	3	12
6	5	4	5	3	17
7	3	3	3	3	12
8	3	3	3	3	12
9	3	3	3	3	12
10	4	4	5	3	16
11	3	4	4	3	14
12	3	3	3	3	12
13	3	3	3	3	12
14	4	4	4	3	15
15	5	5	5	3	18
16	4	4	5	4	17
17	5	5	5	5	20
18	4	4	4	5	17
19	5	4	5	4	18
20	5	4	4	3	16
21	4	4	5	4	17
22	4	4	4	4	16
23	5	4	4	3	16
24	5	4	4	3	16
25	5	4	5	4	18
26	5	5	5	5	20

No.	MEDIA EXPOSURE				TOTAL
	ME1	ME2	ME3	ME4	
27	4	4	4	5	17
28	4	4	5	4	17
29	4	4	5	4	17
30	4	3	3	3	13
31	4	4	4	3	15
32	4	4	3	3	14
33	4	3	4	3	14
34	5	4	4	3	16
35	4	4	4	3	15
36	4	4	4	3	15
37	4	3	3	3	13
38	4	5	5	3	17
39	4	4	4	3	15
40	4	3	3	3	13
41	4	3	3	3	13
42	4	3	3	3	13
43	5	5	5	4	19
44	4	4	3	3	14
45	4	3	4	4	15
46	4	4	5	4	17
47	5	5	5	5	20
48	3	3	3	3	12
49	4	4	5	4	17
50	4	4	5	4	17
51	5	4	4	3	16

No.	PENGUNGKAPAN EMISI KARBON								TOTAL
	<i>CED1</i>	<i>CED2</i>	<i>CED3</i>	<i>CED4</i>	<i>CED5</i>	<i>CED6</i>	<i>CED7</i>	<i>CED8</i>	
27	5	5	5	5	4	4	4	5	37
28	5	4	4	5	4	4	4	4	34
29	4	4	4	4	5	4	5	5	35
30	4	4	4	3	3	4	4	3	29
31	4	4	4	3	3	4	4	3	29
32	3	3	4	4	4	4	4	4	30
33	4	3	4	3	2	4	4	3	27
34	4	4	4	3	3	5	5	4	32
35	4	4	4	3	3	4	4	3	29
36	3	3	4	3	3	4	4	3	27
37	4	4	4	3	3	4	4	3	29
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	3	31
40	4	4	4	3	3	4	4	4	30
41	4	4	3	3	3	4	4	3	28
42	4	4	4	3	3	4	4	3	29
43	5	4	5	4	3	5	3	5	34
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	3	3	3	4	3	4	28
46	5	4	4	4	4	5	4	4	34
47	4	5	4	4	4	4	5	5	35
48	4	4	5	5	5	5	5	5	38
49	5	4	4	4	4	5	5	4	35
50	5	5	5	4	4	5	5	4	37
51	4	4	4	3	3	4	5	4	31

STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tekanan Stakeholders	51	80,00	108,00	91,7647	8,37040
Karakteristik Perusahaan	51	1,00	1,00	1,0000	,00000
Media Exposure	51	12,00	20,00	15,3137	2,32801
Pengungkapan Emisi Karbon	51	26,00	38,00	31,2745	3,00718
Valid N (listwise)	51				

STATISTIK DESKRIPTIF PERNYATAAN

Tekanan Stakeholders (X₁)

Statistics

	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11
N Valid	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,33 33	4,33 33	4,33 33	4,23 53	4,23 53	3,41 18	3,50 98	4,05 88	3,68 63	3,23 53	3,17 65
Sum	221, 00	221, 00	221, 00	216, 00	216, 00	174, 00	179, 00	207, 00	188, 00	165, 00	162, 00

Statistics

	X1. 12	X1. 13	X1. 14	X1. 15	X1. 16	X1. 17	X1. 18	X1. 19	X1. 20	X1. 21	X1. 22	X1. 23
N Valid	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3,49 02	3,84 31	3,37 25	4,23 53	4,54 90	3,90 20	4,50 98	4,62 75	4,39 22	4,37 25	4,11 76	3,80 39
Sum	178, 00	196, 00	172, 00	216, 00	232, 00	199, 00	230, 00	236, 00	224, 00	223, 00	210, 00	194, 00

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	34	66,7	66,7	66,7
Sangat Setuju	17	33,3	33,3	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	34	66,7	66,7	66,7
Sangat Setuju	17	33,3	33,3	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	34	66,7	66,7	66,7
Sangat Setuju	17	33,3	33,3	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	2	3,9	3,9	3,9
Setuju	35	68,6	68,6	72,5
Sangat Setuju	14	27,5	27,5	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	2	3,9	3,9	3,9
Setuju	35	68,6	68,6	72,5
Valid Sangat Setuju	14	27,5	27,5	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	6	11,8	11,8	11,8
Netral	23	45,1	45,1	56,9
Valid Setuju	17	33,3	33,3	90,2
Sangat Setuju	5	9,8	9,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	5,9	5,9	5,9
Netral	25	49,0	49,0	54,9
Valid Setuju	17	33,3	33,3	88,2
Sangat Setuju	6	11,8	11,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	5	9,8	9,8	9,8
Setuju	38	74,5	74,5	84,3
Valid Sangat Setuju	8	15,7	15,7	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	3,9	3,9	3,9
Netral	13	25,5	25,5	29,4
Valid Setuju	35	68,6	68,6	98,0
Sangat Setuju	1	2,0	2,0	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	10	19,6	19,6	19,6
Netral	21	41,2	41,2	60,8
Valid Setuju	18	35,3	35,3	96,1
Sangat Setuju	2	3,9	3,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	13	25,5	25,5	25,5
Netral	22	43,1	43,1	68,6
Valid Setuju	10	19,6	19,6	88,2
Sangat Setuju	6	11,8	11,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	30	58,8	58,8	58,8
Valid Setuju	17	33,3	33,3	92,2
Sangat Setuju	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	12	23,5	23,5	23,5
Setuju	35	68,6	68,6	92,2
Valid Sangat Setuju	4	7,8	7,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	7,8	7,8	7,8
Netral	25	49,0	49,0	56,9
Valid Setuju	21	41,2	41,2	98,0
Sangat Setuju	1	2,0	2,0	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	9	17,6	17,6	17,6
Setuju	21	41,2	41,2	58,8
Valid Sangat Setuju	21	41,2	41,2	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	23	45,1	45,1	45,1
Valid Sangat Setuju	28	54,9	54,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	16	31,4	31,4	31,4
Setuju	24	47,1	47,1	78,4
Valid Sangat Setuju	11	21,6	21,6	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	25	49,0	49,0	49,0
Valid Sangat Setuju	26	51,0	51,0	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	19	37,3	37,3	37,3
Valid Sangat Setuju	32	62,7	62,7	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	31	60,8	60,8	60,8
Valid Sangat Setuju	20	39,2	39,2	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Setuju	32	62,7	62,7	62,7
Valid Sangat Setuju	19	37,3	37,3	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	2,0	2,0	2,0
Netral	6	11,8	11,8	13,7
Setuju	30	58,8	58,8	72,5
Sangat Setuju	14	27,5	27,5	100,0
Total	51	100,0	100,0	

X1.23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	2,0	2,0	2,0
Netral	11	21,6	21,6	23,5
Setuju	36	70,6	70,6	94,1
Sangat Setuju	3	5,9	5,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Media Exposure (M)**Statistics**

	M1	M2	M3	M4
N Valid	51	51	51	51
Missing	0	0	0	0
Mean	4,0392	3,8039	4,0392	3,4314
Sum	206,00	194,00	206,00	175,00

M1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	11	21,6	21,6	21,6
Setuju	27	52,9	52,9	74,5
Sangat Setuju	13	25,5	25,5	100,0
Total	51	100,0	100,0	

M2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	16	31,4	31,4	31,4
Setuju	29	56,9	56,9	88,2
Valid Sangat Setuju	6	11,8	11,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

M3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	16	31,4	31,4	31,4
Setuju	17	33,3	33,3	64,7
Valid Sangat Setuju	18	35,3	35,3	100,0
Total	51	100,0	100,0	

M4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	34	66,7	66,7	66,7
Setuju	12	23,5	23,5	90,2
Valid Sangat Setuju	5	9,8	9,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
N Valid	51	51	51	51	51	51	51	51
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,05	3,92	3,98	3,56	3,62	4,13	4,09	3,88
	88	16	04	86	75	73	80	24
Sum	207,00	200,00	203,00	182,00	185,00	211,00	209,00	198,00

Y1

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	7	13,7	13,7	13,7
Setuju	34	66,7	66,7	80,4
Valid Sangat Setuju	10	19,6	19,6	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Y2

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	9	17,6	17,6	17,6
Setuju	37	72,5	72,5	90,2
Valid Sangat Setuju	5	9,8	9,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Y3

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	9	17,6	17,6	17,6
Setuju	34	66,7	66,7	84,3
Valid Sangat Setuju	8	15,7	15,7	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Y4

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	3,9	3,9	3,9
Netral	24	47,1	47,1	51,0
Valid Setuju	19	37,3	37,3	88,2
Sangat Setuju	6	11,8	11,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	5,9	5,9	5,9
Netral	19	37,3	37,3	43,1
Setuju	23	45,1	45,1	88,2
Sangat Setuju	6	11,8	11,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	4	7,8	7,8	7,8
Setuju	36	70,6	70,6	78,4
Sangat Setuju	11	21,6	21,6	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	6	11,8	11,8	11,8
Setuju	34	66,7	66,7	78,4
Sangat Setuju	11	21,6	21,6	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	13	25,5	25,5	25,5
Setuju	31	60,8	60,8	86,3
Sangat Setuju	7	13,7	13,7	100,0
Total	51	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS DATA

Tekanan *Stakeholders*

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	Tekanan Stakeholders	
X1.1	1	1,00	1,00	,736	,736	,557	,500	,332	,384	,516	,088	,370	,284	,169	,399	,307	,327	,444	,545	,369	,401	,308	,173		,753
		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,017	,005	,000	,538	,008	,044	,235	,004	,029	,019	,001	,000	,008	,004	,028	,225		,000
	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51		51
X1.2	1,00	1	1,00	,736	,736	,557	,500	,332	,384	,516	,088	,370	,284	,169	,399	,307	,327	,444	,545	,369	,401	,308	,173		,753
	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,017	,005	,000	,538	,008	,044	,235	,004	,029	,019	,001	,000	,008	,004	,028	,225		,000
	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51		51
X1.3	1,00	1,00	1	,736	,736	,557	,500	,332	,384	,516	,088	,370	,284	,169	,399	,307	,327	,444	,545	,369	,401	,308	,173		,753
	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,017	,005	,000	,538	,008	,044	,235	,004	,029	,019	,001	,000	,008	,004	,028	,225		,000
	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51		51
X1.4	,736	,736	,736	1	1,00	,285	,094	,023	,185	,248	,240	,249	,350	,325	,274	,264	,116	,300	,436	,497	,521	,091	,093		,586
	,000	,000	,000		,000	,043	,514	,875	,194	,080	,089	,078	,012	,020	,052	,061	,416	,033	,001	,000	,000	,527	,516		,000
	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51		51
X1.5	,736	,736	,736	1,00	1	,285	,094	,023	,185	,248	,240	,249	,350	,325	,274	,264	,116	,300	,436	,497	,521	,091	,093		,586
	,000	,000	,000	,000		,043	,514	,875	,194	,080	,089	,078	,012	,020	,052	,061	,416	,033	,001	,000	,000	,527	,516		,000
	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51		51
X1.6	,557	,557	,557	,285	,285	1	,624	,418	,397	,387	,058	,364	,191	,116	,264	,071	,134	-,03	,238	,086	,108	,125	,090		,513
	,000	,000	,000	,043	,043		,000	,002	,004	,005	,686	,009	,180	,419	,061	,622	,347	,814	,092	,547	,453	,383	,529		,000
	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51		51
X1.7	,500	,500	,500	,094	,094	,624	1	,276	,138	,184	-,20	,168	,004	-,06	,238	,088	,264	-,01	,245	,042	,016	,147	,094		,366
	,000	,000	,000	,514	,514	,000		,050	,334	,196	,153	,237	,980	,651	,092	,541	,061	,929	,083	,772	,909	,3			

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X1.19	X1.20	X1.21	X1.22	X1.23	Tekanan Stakeholders
X1.11	,088 ,538 51	,088 ,538 51	,088 ,538 51	,240 ,089 51	,240 ,089 51	,058 ,686 51	-,20 ,153 51	-,19 ,187 51	,210 ,140 51	,641 ,000 51	1 ,000 51	,703 ,000 51	,480 ,000 51	,654 ,000 51	,452 ,001 51	,253 ,073 51	,141 ,325 51	,100 ,484 51	,058 ,685 51	,616 ,000 51	,587 ,000 51	-,09 ,512 51	,325 ,020 51	,509 ,000 51
X1.12	,370 ,008 51	,370 ,008 51	,370 ,008 51	,249 ,078 51	,249 ,078 51	,364 ,009 51	,168 ,237 51	,339 ,015 51	,365 ,009 51	,729 ,000 51	,703 ,000 51	1 ,000 51	,682 ,000 51	,454 ,001 51	,679 ,000 51	,573 ,000 51	,531 ,000 51	,508 ,000 51	,465 ,001 51	,516 ,000 51	,489 ,000 51	,367 ,008 51	,378 ,006 51	,812 ,000 51
X1.13	,284 ,044 51	,284 ,044 51	,284 ,044 51	,350 ,012 51	,350 ,012 51	,191 ,180 51	,004 ,980 51	,325 ,020 51	,473 ,000 51	,492 ,000 51	,480 ,000 51	,682 ,000 51	1 ,000 51	,611 ,000 51	,544 ,000 51	,322 ,021 51	,567 ,000 51	,370 ,007 51	,379 ,006 51	,458 ,001 51	,451 ,001 51	,428 ,002 51	,418 ,002 51	,709 ,000 51
X1.14	,169 ,235 51	,169 ,235 51	,169 ,235 51	,325 ,020 51	,325 ,020 51	,116 ,419 51	-,06 ,651 51	-,01 ,961 51	,309 ,027 51	,576 ,000 51	,654 ,000 51	,454 ,001 51	,611 ,000 51	1 ,012 51	,349 ,012 51	,094 ,510 51	,202 ,156 51	,019 ,896 51	,005 ,973 51	,462 ,001 51	,428 ,002 51	,211 ,137 51	,625 ,000 51	,547 ,000 51
X1.15	,399 ,004 51	,399 ,004 51	,399 ,004 51	,274 ,052 51	,274 ,052 51	,264 ,061 51	,238 ,092 51	,337 ,016 51	,082 ,567 51	,505 ,000 51	,452 ,001 51	,679 ,000 51	,544 ,000 51	,349 ,012 51	1 ,012 51	,508 ,000 51	,640 ,000 51	,531 ,000 51	,471 ,000 51	,566 ,000 51	,585 ,000 51	,222 ,117 51	,208 ,142 51	,725 ,000 51
X1.16	,307 ,029 51	,307 ,029 51	,307 ,029 51	,264 ,061 51	,264 ,061 51	,071 ,622 51	,088 ,541 51	,421 ,002 51	,054 ,709 51	,362 ,009 51	,253 ,073 51	,573 ,021 51	,322 ,510 51	,094 ,000 51	,508 ,000 51	1 ,002 51	,423 ,000 51	,767 ,000 51	,687 ,000 51	,486 ,000 51	,454 ,001 51	,333 ,017 51	,105 ,465 51	,583 ,000 51
X1.17	,327 ,019 51	,327 ,019 51	,327 ,019 51	,116 ,416 51	,116 ,416 51	,134 ,347 51	,264 ,061 51	,558 ,000 51	,162 ,257 51	,343 ,014 51	,141 ,325 51	,531 ,000 51	,567 ,000 51	,202 ,156 51	,640 ,000 51	,423 ,002 51	1 ,000 51	,519 ,001 51	,458 ,001 51	,332 ,017 51	,386 ,005 51	,225 ,113 51	,049 ,730 51	,587 ,000 51
X1.18	,444 ,001 51	,444 ,001 51	,444 ,001 51	,300 ,033 51	,300 ,033 51	-,03 ,814 51	-,01 ,929 51	,428 ,002 51	,283 ,045 51	,335 ,016 51	,100 ,484 51	,508 ,000 51	,370 ,007 51	,019 ,896 51	,531 ,000 51	,767 ,000 51	,519 ,000 51	1 ,000 51	,705 ,000 51	,306 ,029 51	,350 ,012 51	,519 ,000 51	,147 ,304 51	,592 ,000 51
X1.19	,545 ,000 51	,545 ,000 51	,545 ,000 51	,436 ,001 51	,436 ,001 51	,238 ,092 51	,245 ,083 51	,495 ,000 51	,284 ,043 51	,275 ,051 51	,058 ,685 51	,465 ,001 51	,379 ,006 51	,005 ,973 51	,471 ,000 51	,687 ,000 51	,458 ,001 51	,705 ,000 51	1 ,000 51	,619 ,000 51	,594 ,000 51	,434 ,001 51	,092 ,520 51	,673 ,000 51
X1.20	,369 ,008 51	,369 ,008 51	,369 ,008 51	,497 ,000 51	,497 ,000 51	,086 ,547 51	,042 ,772 51	,146 ,306 51	,158 ,267 51	,413 ,003 51	,616 ,000 51	,516 ,000 51	,458 ,001 51	,462 ,001 51	,566 ,000 51	,486 ,000 51	,332 ,017 51	,306 ,029 51	,619 ,000 51	1 ,000 51	,959 ,000 51	-,02 ,884 51	,138 ,336 51	,658 ,000 51
X1.21	,401 ,004 51	,401 ,004 51	,401 ,004 51	,521 ,000 51	,521 ,000 51	,108 ,453 51	,016 ,909 51	,152 ,286 51	,208 ,143 51	,379 ,006 51	,587 ,000 51	,489 ,001 51	,451 ,000 51	,428 ,002 51	,585 ,000 51	,454 ,001 51	,386 ,005 51	,350 ,012 51	,594 ,000 51	,959 ,000 51	1 ,000 51	-,01 ,922 51	,125 ,383 51	,663 ,000 51
X1.22	,308 ,028 51	,308 ,028 51	,308 ,028 51	,091 ,527 51	,091 ,527 51	,125 ,383 51	,147 ,302 51	,385 ,005 51	,296 ,035 51	,273 ,053 51	-,09 ,512 51	,367 ,008 51	,428 ,002 51	,211 ,137 51	,222 ,117 51	,333 ,017 51	,225 ,113 51	,519 ,000 51	,434 ,001 51	-,02 ,884 51	-,01 ,922 51	1 ,000 51	,733 ,000 51	,467 ,001 51
X1.23	,173 ,225 51	,173 ,225 51	,173 ,225 51	,093 ,516 51	,093 ,516 51	,090 ,529 51	,094 ,510 51	-,03 ,841 51	,234 ,098 51	,405 ,003 51	,325 ,020 51	,378 ,006 51	,418 ,002 51	,625 ,000 51	,208 ,142 51	,105 ,465 51	,049 ,730 51	,147 ,304 51	,092 ,520 51	,138 ,336 51	,125 ,383 51	,733 ,000 51	1 ,000 51	,441 ,001 51
Tekanan Stakeholders	,753 ,000 51	,753 ,000 51	,753 ,000 51	,586 ,000 51	,586 ,000 51	,513 ,000 51	,366 ,008 51	,452 ,001 51	,493 ,000 51	,750 ,000 51	,509 ,000 51	,812 ,000 51	,709 ,000 51	,547 ,000 51	,725 ,000 51	,583 ,000 51	,587 ,000 51	,592 ,000 51	,673 ,000 51	,658 ,000 51	,663 ,000 51	,467 ,001 51	,441 ,001 51	1 51

Media Exposure

Correlations

		M1	M2	M3	M4	Media Exposure
M1	Pearson Correlation	1	,657**	,594**	,351*	,787**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,012	,000
	N	51	51	51	51	51
M2	Pearson Correlation	,657**	1	,782**	,486**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	51	51	51	51	51
M3	Pearson Correlation	,594**	,782**	1	,548**	,901**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	51	51	51	51	51
M4	Pearson Correlation	,351*	,486**	,548**	1	,718**
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,000		,000
	N	51	51	51	51	51
Media Exposure	Pearson Correlation	,787**	,884**	,901**	,718**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	51	51	51	51	51

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pengungkapan Emisi Karbon

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Pengungkapan Emisi Karbon
Y1	Pearson Correlation	1	,48**	,42**	,33*	,050	,168	,102	,30*	,564**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,017	,728	,237	,475	,034	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y2	Pearson Correlation	,48**	1	,59**	,166	-,02	,112	,226	,40**	,561**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,245	,866	,435	,111	,003	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y3	Pearson Correlation	,42**	,59**	1	,253	-,06	,138	,066	,32*	,528**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,073	,671	,333	,648	,020	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y4	Pearson Correlation	,33*	,166	,253	1	,68**	,35*	,28*	,53**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,017	,245	,073		,000	,012	,044	,000	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y5	Pearson Correlation	,050	-,02	-,06	,68**	1	,274	,219	,28*	,569**
	Sig. (2-tailed)	,728	,866	,671	,000		,052	,123	,045	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y6	Pearson Correlation	,168	,112	,138	,35*	,274	1	,48**	,29*	,566**
	Sig. (2-tailed)	,237	,435	,333	,012	,052		,000	,037	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y7	Pearson Correlation	,102	,226	,066	,28*	,219	,48**	1	,257	,528**
	Sig. (2-tailed)	,475	,111	,648	,044	,123	,000		,069	,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Y8	Pearson Correlation	,30*	,40**	,32*	,53**	,28*	,29*	,257	1	,703**
	Sig. (2-tailed)	,034	,003	,020	,000	,045	,037	,069		,000
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51
Pengungkapan Emisi Karbon	Pearson Correlation	,56**	,56**	,53**	,79**	,57**	,57**	,53**	,70**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI REALIBILITAS

Tekanan Stakeholders

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,912	,923	23

Media Exposure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,839	,841	4

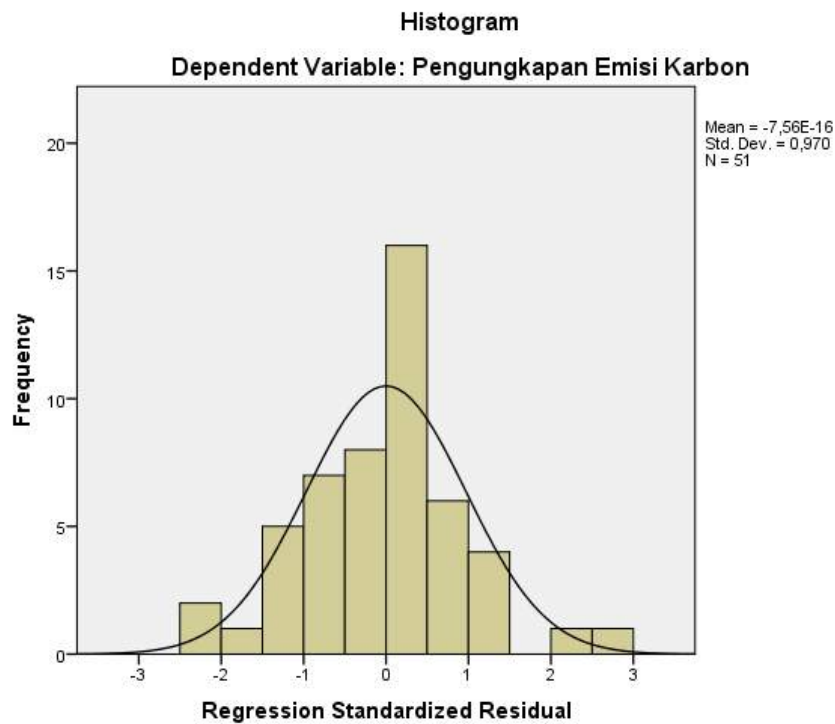
Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan

Reliability Statistics

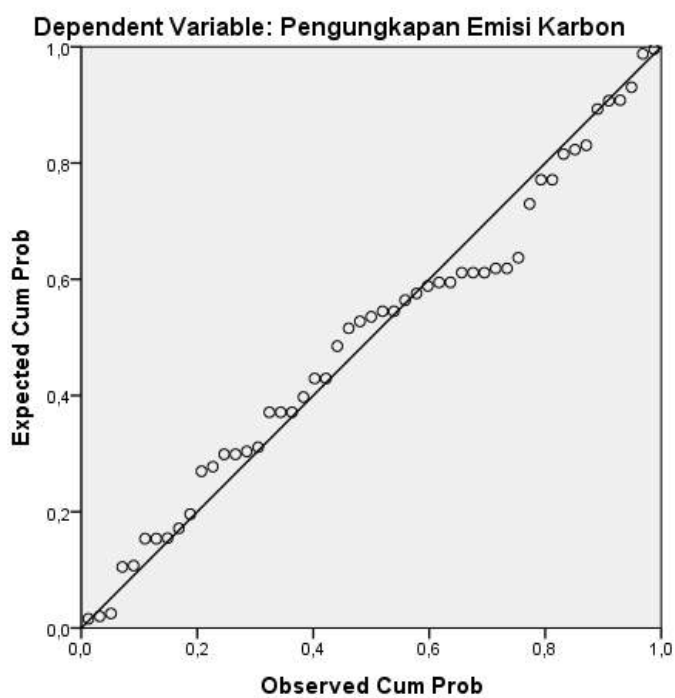
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,747	,827	9

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



NPar Tests
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,75454526
	Absolute	,124
Most Extreme Differences	Positive	,124
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,883
Asymp. Sig. (2-tailed)		,417

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

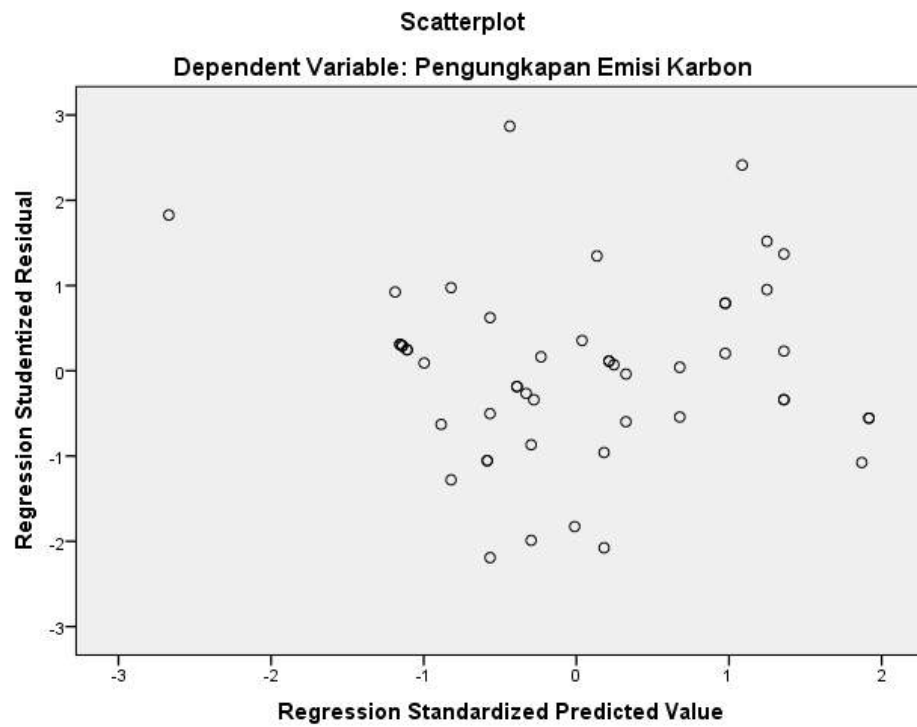
UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,232	2,048		,602	,550
Tekanan Stakeholders	,010	,021	,076	,493	,625
1 Karakteristik Perusahaan	-,979	,845	-,166	-1,159	,252
Media Exposure	,004	,076	,008	,050	,960

a. Dependent Variable: AbsUt

UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI GLEJER

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,232	2,048		,602	,550
1 Tekanan Stakeholders	,010	,021	,076	,493	,625
Karakteristik Perusahaan	-,979	,845	-,166	-1,159	,252
Media Exposure	,004	,076	,008	,050	,960

a. Dependent Variable: AbsUt

UJI HIPOTESIS

Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,656	,642	1,79931

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Perusahaan, Tekanan Stakeholders

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	296,757	2	148,378	45,831	,000 ^b
1 Residual	155,400	48	3,238		
Total	452,157	50			

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

b. Predictors: (Constant), Karakteristik Perusahaan, Tekanan Stakeholders

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,389	3,059		,781	,439
1 Tekanan Stakeholders	,280	,030	,779	9,207	,000
Karakteristik Perusahaan	3,331	1,298	,217	2,566	,013

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

Regresi Tanpa Interaksi
Uji T (Tekanan *Stakeholders* dan *Media Exposure*)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,006	3,261		1,535	,131
1 Tekanan Stakeholders	,279	,033	,775	8,530	,000
Media Exposure	,047	,114	,037	,407	,686

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

Uji T (Karakteristik Perusahaan dan *Media Exposure*)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	25,355	3,360		7,545	,000
1 Karakteristik Perusahaan	3,394	2,136	,221	1,589	,119
Media Exposure	,176	,175	,140	1,006	,319

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

Analisis Regresi Nilai Selisih Mutlak

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,842 ^a	,710	,677	1,70801

a. Predictors: (Constant), X2_M, Zscore: Tekanan Stakeholders, X1_M, Zscore: Media Exposure, Zscore: Karakteristik Perusahaan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	320,878	5	64,176	21,998	,000 ^b
Residual	131,279	45	2,917		
Total	452,157	50			

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

b. Predictors: (Constant), X2_M, Zscore: Tekanan

Stakeholders, X1_M, Zscore: Media Exposure, Zscore:

Karakteristik Perusahaan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	30,527	,507		60,245	,000
Zscore: Tekanan Stakeholders	2,135	,264	,710	8,077	,000
Zscore: Karakteristik Perusahaan	,565	,461	,188	1,227	,226
Zscore: Media Exposure	,160	,273	,053	,588	,559
X1_M	,970	,376	,236	2,580	,013
X2_M	-,082	,477	-,027	-,173	,864

a. Dependent Variable: Pengungkapan Emisi Karbon

RIWAYAT HIDUP



NURUL AINI RIDWAN, dilahirkan di Ujung Pandang yang sekarang berganti nama menjadi Kota Makassar, Sulawesi Selatan pada tanggal 25 Desember 1995. Anak bungsu dari empat bersaudara, dari pasangan Drs. Ridwan Bata dan Dra. Hj. Hasmawaty Husain. Penulis memulai

pendidikan di Taman Kanak-kanak (TK) Aisyiyah Bustanul Athfal Makassar pada tahun 2000. Penulis melanjutkan pendidikan di SD Inp. Tamamaung I Makassar pada tahun 2001. Kemudian pada tahun 2007 penulis melanjutkan pendidikannya di MTsN Model Makassar dan lulus pada tahun 2010, dan melanjutkan pendidikan di Man 2 Model Makassar pada tahun 2010 dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Akuntansi.